

UNIVERSIDAD DE CUENCA



FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

“IMPLEMENTACIÓN DE LA RADIO ONLINE VOZ JUVENIL EN LA SEDE DE MIESPACIO JUVENIL DE AZOGUES”

Trabajo de titulación, previo a la obtención del Título de licenciado en Ciencias de la Comunicación Social Mención Periodismo.

Autor:

Pablo Danilo Verdugo Sanango

Director:

Magister Wilson Orlando Gárate Andrade



Cuenca - Ecuador

Diciembre, 2015



Resumen

El presente proyecto de titulación denominado Implementación de la Radio Online Voz Juvenil en la Sede de MIEspacio Juvenil de Azogues tuvo por objeto aportar a la creación de medios de comunicación social alternativos juveniles; con el fin de promover la consolidación de los jóvenes como actores estratégicos en el desarrollo social del país. El estudio propuso el uso correcto de las Tecnologías de la información y la comunicación (Tics) para la creación de medios de comunicación alternativos, las cuales son una estrategia vital en el campo mediático para informar, entretener y educar. Su aplicación consistió en dotar de una radio online para que este sea el medio a través del cual ellos puedan expresarse libremente como garantiza la Constitución de la República. Para su desarrollo se realizaron talleres sobre locución, animación y producción radial; cuyos propósitos estuvieron encaminados a la inclusión activa y participativa de grupos juveniles en el ámbito de la comunicación y la radio como principales actores, abordando temáticas sociales, culturales y noticiosas desde sus experiencias personales; dichos contenidos fueron significativos para su aprendizaje, pues se obtuvieron resultados halagadores al finalizar el ciclo de programación. La radio online Voz Juvenil estuvo pensada para ofrecer un servicio de calidad con contenidos formativos, educativos y culturales a los distintos públicos, especialmente juveniles.

PALABRAS CLAVES: Radio online, MIEspacio Juvenil, implementación, proyecto.





Abstract

This project titled *Implementación de la Radio Online Voz Juvenil en la Sede de MIESpacio Juvenil de Azogues* aimed to provide an alternative media which were inclusive, so that children, teenagers and young people in general could express themselves freely. To accomplish its development, workshops were taught in fields like locution, interaction, and radio production. The purposes of these workshops were to involve, in one way or another, the young population in many areas of the media as a means of communication. This target subjects were required to take key roles in addressing social and cultural issues from their own experiences. These teachings were meaningful since the research obtained encouraging results at the end of its program. *Voz Juvenil* is a non-profit public radio with a worldwide audience due to its digital signal, and it is owned by *Unidad MIESpacio Juvenil del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)*. This radio aims to offer a variety of topics, which go from educative programming to cultural issues, to different types of audience, especially teenagers.

KEYWORDS: Online Radio, Youth MIESpacio, Implementation, Project.





INDICE

Resumen.....	2
Abstract	3
Cláusulas de derecho de autor	6
Cláusulas de propiedad intelectual.....	7
Agradecimientos	8
Dedicatoria.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
CAPITULO I.....	13
1. HISTORIA DE LA RADIO.....	13
1.2 Historia de la radio en el Ecuador.....	15
1.3 De la radio analógica a la digital	23
1.4 Degradación de la señal.....	24
1.4.1 Otras ventajas de la radio digital	26
1.4.1.1 El caso de la radio en internet	26
1.4.1.2 Receptores	27
1.4.1.3 Dificultades	28
1.5 Tipos de Radio	28
1.5.2 Características de las TIC	30
1.5.3 Ventajas y desventajas de las TIC	30
1.6 Historia de la Radio por Internet (Radio on-line)	32
1.7 Manejo de medios en la actualidad	34
1.8 Ciber Periodismo o Periodismo on-line.....	34
1.9 Lenguaje Radiofónico	36
1.10 Producción y Programas de Radio	39
1.11 Radio juvenil.....	43
1.12 Audiencias	46
CAPITULO II	47
2. DIAGNOSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE RADIO ON-LINE VOZ JUVENIL	47
2.1 Recopilación de datos.....	47
2.2 Resultados de encuesta.....	47
CAPITULO III	66
3. ANÁLISIS DE VIABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD	66





3.1	Sostenibilidad de la radio	67
3.2	Políticas para la creación	67
3.3	Estructura técnica- tecnológica y funcional	68
3.4	Propuesta de participación para jóvenes en talleres	68
3.5	Propuesta para el funcionamiento de la radio online “Voz Juvenil”	69
3.6	Características de la radio	80
3.7	FACTORES DE RIESGO Y ESTRATEGIAS DE ATENUACIÓN	82
CAPITULO IV		85
4.	REALIZACIÓN DEL PROYECTO DE RADIO ON-LINE VOZ JUVENIL	85
4.1	Nombre del proyecto:.....	85
4.2	Localización geográfica:	85
4.3	Público objetivo:.....	85
4.5	Propuesta de la Duración del proyecto:	86
4.6	EVALUACIÓN DE RESULTADOS	115
4.7	MODELO DE LA ENCUESTA	116
4.8	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	117
4.9	Resultados.....	128
5.	CONCLUSIONES.....	130
6.	RECOMENDACIONES.....	132
7.	BIBLIOGRAFÍA.....	134
8.	ANEXOS	136





Cláusulas de derecho de autor

UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN



Cláusulas de derecho de autor

Verdugo Sanango Pablo Danilo, autor del proyecto "Implementación de la radio Online Voz Juvenil en la sede de MIESpacio Juvenil de Azogues", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciado en Comunicación Social Mención en Periodismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 11 de diciembre de 2015.

Pablo Danilo Verdugo Sanango

0302167226



Autor: Pablo Danilo Verdugo Sanango

6



Autor: Pablo Danilo Verdugo Sanango

6



Cláusulas de propiedad intelectual

UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN



Cláusulas de propiedad intelectual

Verdugo Sanango Pablo Danilo, autor/a de la tesis "Implementación de la radio Online Voz Juvenil en la sede de MIEspacio Juvenil de Azogues", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 11 de diciembre de 2015.

Pablo Danilo Verdugo Sanango

0302167226



Autor: Pablo Danilo Verdugo Sanango

7



Autor: Pablo Danilo Verdugo Sanango

7



Agradecimientos

Mi gratitud eterna al Mtr. Wilson Gárate Andrade por haberme dirigido y apoyado en el proyecto, a mis profesores de la escuela de Comunicación Social, mis amigos y compañeros que de una u otra manera contribuyeron para poder cristalizar mis anhelos y sueños.





Dedicatoria

Este trabajo lo dedico a mi Dios, mi principal fuente de inspiración, a mi padre Aníbal Verdugo Muñoz que desde el cielo me mira, pues en todo momento me orientó, y a través de su palabra cordial, sabia y sincera me encaminó por la ruta del saber. A mi madre Nube Sanango Cordero que felizmente vive conmigo, a mis hermanos, en especial a Cristyam Verdugo, que desde el inicio de mis estudios me apoyó en todo momento, a mis demás familiares con sincero aprecio dedico este proyecto.





INTRODUCCIÓN

La radio es un medio de comunicación dinámico y fugaz que apareció a principios del siglo XX. Su función principal es transmitir mensajes a través del sonido. La característica primordial de este medio es crear imágenes a través de recursos sonoros como: la palabra, la música, los efectos, el sonido y el silencio.

La radio a lo largo del tiempo ha sufrido cambios constantes. En gran parte, su evolución ha estado marcada por factores históricos y descubrimientos importantes que han desembocado en avances significativos en el desarrollo de la humanidad.

Hoy, como la mayoría de medios, la radio está aprovechando las múltiples ventajas que ofrece internet para atraer audiencias y nuevos públicos a través de la web, dando paso a la radio on-line, misma que invita al radioyente por su multifuncionalidad y rapidez a seleccionar nuevas propuestas, brindándole variedad de opciones informativas, educativas, de entretenimiento y ocio con señal digital emitida desde cualquier lugar del mundo.

Esta nueva forma de radio on-line se ha planteado como objetivo general para la creación de una radio virtual juvenil, cuyo proyecto se denomina “Implementación de la Radio Voz Juvenil on-line en la sede de MIESpacio Juvenil de Azogues”, el cual consiste en dotar de un medio de comunicación a la Unidad MIESpacio Juvenil, perteneciente al MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social) distrito Azogues con el afán de brindar a los grupos juveniles un medio alternativo para exponer sus peticiones, hacer conocer sus derechos y como medio educativo para niños, jóvenes y adultos.

El presente informe está dividido en cuatro momentos. En un primer capítulo se aborda la historia de la radio en el mundo, en el Ecuador y en la provincia del Cañar. Además de los tipos de radio, ventajas y desventajas de la radio virtual, producción de programas radiales y el estudio de las audiencias. En el segundo capítulo se profundiza en el diagnóstico de resultados para la implementación de la radio, tomando como herramienta metodológica principal la técnica de





recolección de datos a través de la encuesta y la entrevista, cuyos resultados arrojaron cifras alentadoras para la creación de la radio online. En el tercer capítulo se da conocer las políticas para la creación, las características de la radio así como los medios técnicos, tecnológicos, financieros y humanos, necesarios para su implementación. En el cuarto y último capítulo se expone la ejecución del proyecto, los resultados, la evaluación, las conclusiones recomendaciones, bibliografía y anexos.

Finalmente, los resultados remiten los siguientes conceptos después de la ejecución del proyecto:

A lo largo del proyecto se realizó un estudio teórico- práctico para la creación de la radio Voz Juvenil Online, donde se explicó paso a paso las políticas para el funcionamiento de la radio, se dictó talleres de capacitación, se realizó las adecuaciones e instalación, posterior a eso se escogió el equipo humano para la puesta en marcha de los programas y finalmente se evaluaron los resultados de los objetivos planteados.

En el transcurso del proyecto se capacitó a 43 jóvenes, 37 estudiantes de la Unidad Educativa Luis Cordero y seis voluntarios, quienes fueron los beneficiarios directos del proyecto, con nociones básicas sobre la radio y periodismo online, las cuales fueron necesarias para que ellos presentaran sus propios productos comunicacionales.

Además se cumplió con la creación del club de periodismo en la Unidad Educativa Luis Cordero. Grupo de 14 jóvenes de primero de bachillerato, quienes trabajaron en los contenidos sobre su institución en la página denominada “Proyecto E” emitida semanalmente en el periódico “El Heraldo” y en la pre-producción, producción de programas de radio, mismos que fueron emitidos en la radio online Voz Juvenil. Asimismo, los estudiantes participaron en talleres y conversatorios dictados por la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM) y Fundación Gama (Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay), en donde pudieron conocer más sobre la comunicación y la radio.





En los tres meses de emisión de programas se pudo captar una audiencia aceptable de ciber-escuchas, 59% especialmente jóvenes y en menor grado de adultos. Esto se lo pudo comprobar con encuestas realizadas.





CAPITULO I

1. HISTORIA DE LA RADIO

1.1 En el mundo

Muchos de los grandes inventos de la historia se descubrieron por casualidad, o por lo menos, las aplicaciones para los cuales fueron pensados derivaron en usos completamente distintos. Algo así sucedió con la Radio.

A finales del siglo XIX se vivían años de incertidumbre política en gran parte del mundo, situación que parece no haber mejorado con el tiempo, con guerras que amenazaban la estabilidad de las grandes naciones de la época, lo que impulsó a una gran parte de científicos, universidades y laboratorios a tratar apresuradamente de encontrar un nuevo sistema de comunicaciones que no necesitase cables para transmitir la información, el principal inconveniente del telégrafo.

Basándose en las experiencias previas del físico alemán Heinrich Hertz a partir de 1886, diferentes grupos de investigación buscaron fórmulas para alcanzar esta telegrafía sin hilos y lograr así una ventaja militar sobre sus rivales, gracias entre otras cosas a la posibilidad de comunicarse con las tropas a largas distancias y especialmente con los navíos en alta mar.

Aunque tradicionalmente se atribuye el mérito del invento de la radio al ingeniero eléctrico italiano Guillermo Marconi, la verdad es que sistemas similares o algunas de sus partes estaban siendo desarrollados en diferentes lugares del mundo de forma simultánea, aunque no podemos negar que Marconi tuvo el mérito de saber integrar en un único equipo los conocimientos existentes hasta la fecha relacionados con el envío y recepción de ondas electromagnéticas descubiertos por el físico alemán Heinrich Hertz, el croata Nikola Tesla, quién fue un inventor, ingeniero mecánico, ingeniero eléctrico y físico de origen Serbio. Se le conoce, sobre todo, por sus numerosas





invenciones en el campo del electromagnetismo, desarrolladas a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, el médico y físico francés, Édouard Branly, o el físico ruso Alexander Popov (Ortíz, 2009).

En 1891, gracias al apoyo económico de Westinghouse, Nikola Tesla diseñó y construyó bobinas que produjeron electricidad de alta frecuencia y alto voltaje, a partir de corriente continua de baja tensión y que se conocen como bobinas Tesla. Con estas bobinas descubrió que podía transmitir y recibir señales de radio cuando éstas estaban sintonizadas a la misma frecuencia.

Ya a comienzos de 1895, Nikola Tesla estaba en condiciones de poder transmitir una señal de radio, es decir transmitir energía electromagnética sin cables, y de hecho realiza pruebas en 1896 en el Hotel Gerlach, en Manhattan donde residía, y más tarde en 1898 realiza una demostración pública en el Madison Square Garden, en New York, donde muestra un bote controlado por ondas de radio.

Gracias al nuevo invento, la escalada armamentística dio un giro fundamental, ya que el mundo se hizo más pequeño, cualquier nación podía difundir mensajes, consignas e instrucciones atravesando fronteras y accidentes geográficos de forma prácticamente instantánea, aunque con un menor grado de seguridad.

Sin embargo, la radio pronto pasó del mundo militar al civil, permitiendo el acercamiento de la información y la música a las masas, que ya nunca más estarían aisladas del resto del mundo.

La considerada como primera transmisión radiofónica del mundo se realizó en la Nochebuena de 1906, desde Brant Rock Station, Massachusetts, en la que se pudo escuchar la canción "Oh Holy Night" y unos pasajes recitados de la biblia.

A partir de ahí, los sistemas de radiodifusión se fueron extendiendo progresivamente por el mundo, aunque no fue hasta la década de 1920 cuando





comenzaron las primeras transmisiones regulares con programas de entretenimiento.

Posteriormente, hacia 1937 aparecieron los primeros sistemas basados en modulación de frecuencia (FM) que complementaron a los de modulación en amplitud (AM) y que permitieron minimizar los problemas de interferencias y reducir la estática en los receptores debida al propio equipamiento y a las condiciones ambientales (Hertz, 2004).

1.2 Historia de la radio en el Ecuador

Como en todos los lugares del mundo, en el Ecuador la aparición de la radio no dejó de ser un acto trascendente para la historia de nuestra nación.

Según Manuel Mantilla Mata, que es uno de los pioneros en la radiodifusión quiteña cuenta que:

“Las transmisiones a control remoto tenían el mismo empirismo del resto, y aun cuando ya se usaba el teléfono, su técnica y empleo eran rudimentarios y las transmisiones fuera de la emisora era toda una odisea, cuando se trasmitía desde las calles y carreteras las líneas se tomaban directamente de las redes telefónicas, con las consiguientes peripecias de técnicos y locutores” (Mantilla).

En el Ecuador varias ciudades se atribuyen tener la primera emisora radial. En Guayaquil cuentan que los primeros aparatos receptores de radio se introdujeron por los años 1925 a 1927. “Se dice que la primera transmisora cultural del puerto fue fundada por Francisco Andrade Arbaiza, con un transmisor construido en el barrio Las Peñas, a la que denominó Radio París”. En realidad el primer aparato radial estuvo en Riobamba, es posible que haya sido en 1924, gracias a Carlos Cordovez Borja, un ingeniero electrónico graduado en la Universidad de Yale en 1910. Este transmisor tuvo 100 W, para contactos con radioaficionados, antes de ser una emisora. Después instaló la emisora en la fábrica de tejidos El Prado (allí su nombre) y comenzó las emisiones de prueba, perfeccionándolas en 1925; cuando comprobó que el éxito, cuando realizó una transmisión desde el colegio San Felipe en 1925. El transmisor era de 25 w. en transformador y 5 w. en antena que operaba en 60





mts. Pero no sería hasta el jueves 13 de junio de 1929, a las nueve de la noche, Radio El Prado de la ciudad de Riobamba inicia oficialmente sus transmisiones radiales.

Para entonces no existían leyes que regularan la radiodifusión actual, únicamente se establecía una identificación; así por ejemplo a Sudamérica se le designaba la letra S y al Ecuador la letra E.

Son testigos de acontecimientos de tanta trascendencia en la vida del Ecuador, la señora María Elvira Campi de Yoder, que fuera presidenta vitalicia de la Cruz Roja Ecuatoriana y él entonces coronel Alberto Enríquez Gallo, jefe de la zona militar en Riobamba y, posteriormente Jefe Supremo de Gobierno del Ecuador, ya como general. Las dos personalidades fueron padrino y madrina de la primera transmisión de y audición oficial de la emisora.

El pionero de la radiodifusión en el Ecuador, sin duda fue el ingeniero Carlos Cordovez Borja. Nacido en Riobamba el 18 de octubre de 1888, hijo del señor Jorge Cordovez y la señora Leticia Borja.

Juan Behr Bustamante, señala que él retransmitía en las noches radio “El Prado” de Riobamba, con lo que se confirma que el grato honor le corresponde a la “Sultana de los Andes”, de ser la cuna de la radiodifusión en el Ecuador.

La radio riobambeña cierra definitivamente sus audiciones en 1939, cuando Carlos Cordovez se radica en Estados Unidos, la RCA le contrata y le compra sus inventos más importantes: una válvula especial para el equipo receptor, una antena con tubos en estrella, el micrófono de cinta y de lo más destacado, el principio en el estudio de la frecuencia modulada FM.

El 25 de diciembre de 1931 Quito tiene la primera señal de radio, HCJB la Voz de los Andes. Los pastores evangélicos propietarios de la emisora logran un permiso de operación por 25 años otorgado por el presidente de la república





Dr. Isidro Ayora. HCJB (Hoy Cristo Jesús Bendice) es la estación de radio principal de uno de los ministerios radiales más famosos: HCJB Global. Su nombre oficial es World Radio Missionary Fellowship, Inc.

La concesión de la frecuencia se realizó a favor de la Confederación Mundial de Iglesias Evangélicas representada por la World Radio Misional FellowShip. En el año de 1932 HCJB realiza una venta de radio receptores que tenían una característica peculiar, estaban pre-sintonizados y únicamente tenían la frecuencia de HCJB.

Pocos años después, en la ciudad de Guayaquil, el profesional alemán Juan Behr promueve que Diario El Telégrafo ponga al aire una emisora que llevaría el mismo nombre de la versión impresa Radio El Telégrafo en 1935 (L, 2010).

Las primeras emisiones de radio en Cuenca se originaron desde un transmisor de 50 vatios de potencia instalado en la casona la señora Hortensia Mata.

Antes, un grupo que se denominó "Club de compañeros", había emitido señales electrónicas adaptando un micrófono a una radiola. Más tarde fue utilizado un pequeño transmisor ensamblado en una caja de madera de 40 centímetros de alto, provisto de un micrófono de carbón. Este equipo fue propiedad de Juan Eljuri y quienes hicieron posible las emisiones de radio fueron Alejandro Orellana Solano y José Justiniano Espinoza. Es importante señalar que no existe la fecha exacta de las emisiones radiales, pero se tiene claro que fue en la década de los 30's.

Son los pioneros de la radiodifusión en la capital de la república del Ecuador y en la provincia de Pichincha, los señores Dr. Clarence W. Jones, Dr. Reuben Larson, Sr. Juan D. Clark y el señor David S. Clark y sus correspondientes esposas.

En 1940 aparece en la capital de los ecuatorianos "Radio Quito", radioemisora perteneciente a los propietarios de Diario El Comercio. El 12 de febrero de 1949 se pone al aire la versión radiofónica de "La guerra de los mundos" de Orson Wells a través de la señal de Radio Quito. Esto provocó el pánico entre





los quiteños, quienes una vez anunciado el mensaje, que se trataba de una obra de ficción, reaccionaron indignados contra la radioemisora. Una turba enfurecida por el "engaño" provocó un incendio de las instalaciones de radio Quito y Diario El Comercio, ambos medios ubicados en las calles Chile y Benalcázar.

La primera emisora que funcionó en Ambato fue radio "La Voz del Progreso", que surge luego del terremoto del 5 de agosto de 1949. Después esta emisora de onda corta se denominaría Radio Nacional Espejo, que perteneció a Gerardo Berborich.

A través de estas ondas de cobertura nacional se transmitieron varias producciones radiofónicas de gran impacto para la época: "Kaliman", "Rayo de plata", "Porfirio Cadena, el ojo de vidrio". Además la programación de Radio Nacional Espejo de Ambato, se caracterizó también por difundir historias creadas y dramatizadas en la propia estación con talentos nacionales como: Juan Francisco Felton, Carlos Navarrete, Jorge Pazmiño y Borja, Carlos Cortez y Blanca Salazar (Aguirre, 1976).

Primeras radios en el país

➤ Radio "Continental" de Ambato
➤ Radio La "Voz de Cochabamba" de Cuenca
➤ Radio "Zenit" de Guayaquil
➤ Radio "El Prado" de Riobamba
➤ Radio "Cristal" de Guayaquil
➤ Radio "Quito"





➤ HCJB

1.2.1 Historia de la radio en la Provincia del Cañar

La radio en la provincia del Cañar tiene una larga historia. Desde la llegada del primer equipo transmisor a mediados del siglo XX, en adelante tuvo un crecimiento importante con la presencia constante de nuevas emisoras que paulatinamente, han ido apareciendo.

1.2.1.1 Radio la Voz de Azogues

El primero en dedicarse a este novedoso campo de la radiodifusión fue el radiotécnico Don Víctor Sacoto Sarmiento, nacido en Azogues el 24 de enero de 1922. A inicios de mayo de 1950, tuvo conocimiento sobre la venta de un equipo de radio transmisor comunicó al Dr. Vicente Aurelio Crespo Ochoa, en el sentido de que existía la gran oportunidad para que el Consejo posea una radioemisora y que Azogues se deje conocer fuera de sus fronteras. Esta idea motivó para que el Dr. Crespo Ochoa, que también desempeñaba las funciones de Rector del Colegio Juan Bautista Vázquez, piense en la instalación de una emisora cultural, se consiguió que don Alfonso Jaramillo León, haga las primeras salidas en Azogues. Esta estación radial, se inauguró oficialmente el 24 de mayo de 1950 con el nombre de Radio "La Voz de Azogues", cuyo nombre obedece a que es la primera emisora de ese lugar y fundamentalmente porque le dio la idea de designación el señor Vicente Cabrera Vega. Sus estudios estuvieron situados en las calles Bolívar y Veintimilla, en la casa del Dr. Homero Castanier Crespo en donde también funcionaba el Consejo Provincial del Cañar.

El 30 de Diciembre de 1956, Radio la Voz de Azogues cerró sus emisiones. Se dieron por terminadas las transmisiones y se separaron a sus empleados. Algunos de sus equipos fueron vendidos a la que luego sería radio La Voz de Ingapirca del cantón Cañar.





A pesar del gran entusiasmo de sus iniciadores y de sus desinteresados colaboradores, la emisora no volvió a salir al aire; sin embargo se constituyó en la pauta necesaria para el nacimiento de otras estaciones radiales.

1.2.1.2 La estación radial "Ondas Cañaris"

La segunda estación de radio pero de carácter estrictamente comercial en establecerse en la provincia del Cañar, específicamente en la ciudad de Azogues, fue la HCR05 "ONDAS CAÑARIS", de propiedad del señor Humberto Vicuña Novillo, catedrático, profesor y rector en ese entonces, del Colegio Nacional Técnico Luis Rogerio González.

El 17 de julio de 1957, durante la administración del señor Alberto Ochoa, Alcalde de la ciudad de Azogues, se inauguró oficialmente esta estación radial, contando con un modesto transmisor de un kilovatio de antena como máxima salida, construido en Quito por el ingeniero Luis Rivera, y laborando en la frecuencia de los 5.045 Kiloherz onda corta. El objetivo primordial era el de dotar a la ciudad de Azogues de un medio de información más rápido y dinámico, capaz de contribuir con el desarrollo y progreso de la provincia en el plano social, político o cultural.

1.2.1.3 1958: Radiodifusora "Ondas del Volante"

En el año de 1958, el Sindicato de Choferes de Azogues en el empeño de dar a la ciudad una emisora que permita informar sobre las actividades de ese organismo, se preocupó de dar una estación radial y lo hace con la consecución de equipos técnicos adquiridos en Quito al ingeniero Aljorba; y es justamente el 19 de marzo de 1958 que se inaugura en forma oficial Radio "Ondas del Volante".

Se atribuye sin embargo, que fueron los señores Reinaldo Palacios, Gastón Castanier y Vicente Jaramillo, los que tomaron la iniciativa y crearon Radio "Ondas Del Volante".





1.2.1.4 1966: Radio "La voz de la juventud"

Esta estación radial nace en Pasaje en el año de 1966, con la denominación de Radio "La Voz de Pasaje". Sus equipos que lo integraban fueron adquiridos en Pasaje al señor Luis Manrique, cuyo costo ascendía a los doscientos cincuenta mil sucres.

Por causas personales y con el afán de servir a su tierra de origen, el dueño de esta emisora decide trasladarse al cantón Cañar en el año de 1967 bajo la denominación de radio "24 de Junio", laborando en los 3245 Klrz Onda Corta bajo las letras distintivas de HCVJ3 y una potencia de 500 vatios.

1.2.1.5 1968: Radio "Ingapirca"

Radio Ingapirca se inauguró el 17 de junio de 1968, desde el local ubicado en la calle Colón, N° 11-12. Laboró en los 1560 Kilohertz y estaba registrada en la Dirección Nacional de Frecuencias con las letras distintivas HCVI5; por su parte la antena transmisora instalada en la colina de San Antonio permitió a esa emisora cubrir un mayor sector geográfico.

En general, los programas que mayor espacio tienen en la emisora son los de carácter religioso ya que los bloques tanto en quichua como en español intercalan mensajes religiosos, la mayoría de ellos provenientes del exterior.

1.2.1.6 1981: "Constelación F.M."

Motivado por el progreso de Azogues, por el hecho de que la ciudad había evolucionado en todos los órdenes y la necesidad de una emisora de radio en frecuencia modulada, llevó al señor Juan Barahona a crear Radio "Constelación FM.", el 22 de agosto de 1981, resultando ser esta radiodifusora la primera estación de frecuencia modulada de la provincia del Cañar.





"Constelación FM", tenía la potencia de un kilovatio que le permitía tener un alcance local y laboraba en los 92.5 MHz, desde las seis hasta las veinte y dos horas.

El hecho de no tener respaldo por parte de la ciudad de Azogues, condujo al Sr. Juan Barahona a cerrar Radio Constelación FM; los primeros días de Enero de 1987 y ceder sus derechos a "K UNO", emisora que labora actualmente en la ciudad de Cuenca.

1.2.1.7 1985: La emisora "Santa María"

Radio "Santa María empieza a laborar desde el 31 de Marzo de 1985, nace bajo el cargo de la Comunidad Franciscana de Azogues, con el carácter cultural religioso, su misión es la de hacer conocer al Coro Santa María así como el de servir a la ciudadanía en base a un ritmo cultural apegado a la provincia. La frecuencia para la emisora se le consigue mediante gestiones realizadas por el Padre Emmanuel Balarezo, adquiriendo la misma en 1985.

1.2.1.8 1989 Radiodifusora "T.V.O"

Radio T.V.O., inicio sus actividades el 22 de Marzo de 1989 a las 11 horas 15 minutos, con y un horario irregular y con una programación musical, aparece con el carácter eminentemente comercial, ubicada en el cantón Biblián, adquiere este nombre haciendo alusión directa al propietario Telmo Vicente Ortega (Calle Zhapán & Zhunio Zhunio, 1990).

1.2.1.9 Radio online en Azogues

En lo que respecta a radios online en el cantón Azogues no se tiene mucha historia, puesto que las únicas que aparecieron sin ser parte de las tradicionales (AM o FM) fueron:

Ing. Antonio Cajamarca cuenta que: "Radio Amigos, emisora online que emitió la primera señal al aire utilizando streaming de audio a través de internet el 14





de febrero de 2010, cuya cabina estuvo ubicada en las instalaciones de la Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues” (Cajamarca, 2015).

Radio Virtual Peleusí (nombre que hace alusión a San Francisco de Peleusí de Azogues) de propiedad de Patricio Rivera, dicha radio emite su señal desde los Estados Unidos de América en el condado de Queens New York, a partir del año 2010 (Rivera, 2015).

Actualmente, la mayoría de las radios AM y FM en la provincia del Cañar tienen señal online.

1.3 De la radio analógica a la digital

1.3.1 Radio analógica

En la radio analógica, cada emisora transmite señales por el aire en una banda estrecha de ondas de radio.

A medida que la señal viaja, los edificios, colinas y los equipos eléctricos pueden interferir su difusión. Algunas ondas nunca llegan a su destino, dando lugar a pérdidas de transmisión; otras se distorsionan y el oyente escucha siseos o crujidos, las frecuencias se solapan unas sobre las otras (Villacreses, 2010).

1.3.2 Radio Digital

Con la radio digital, los programas se transforman en códigos digitales (largas cadenas de ceros y unos); cada uno representa una fracción de segundo de música o discurso. Las cadenas de números se fragmentan y transmiten en una amplia banda de ondas de radio. Cada fragmento se envía varias veces, con ligeros retardos y frecuencias distintas. Así, aunque algunos fragmentos se pierdan, la radio puede recomponer los suficientes para formar un programa claro y completo (Villacreses, 2010).





En definitiva La emisión de la radio analógica funciona mediante la conversión del sonido en señales eléctricas. Estas señales luego son transmitidas por ondas portadoras a tu receptor de radio analógico, que convierte las señales eléctricas nuevamente en sonido.

En comparación, la radio digital convierte los sonidos en información digital (números) que luego son transmitidos por ondas portadoras a tu receptor de radio digital.

Cuando la recepción de la señal es fuerte, la radio digital suena más clara que la analógica. La diferencia de calidad de sonido es comparable a la reproducción de audio en CD (que es un medio digital) vs la cinta de casete (que es un medio analógico).

1.3.3 Características adicionales

Con la información de audio transmitida por la estación de radio, la emisión de la radio digital también incluye información de datos. Con la radio analógica todo lo que recibe el oyente es audio; con la digital se puede recibir audio, fotografía (como las fotografías de un artista) e información de texto (como los títulos de una canción).

Las señales de la radio digital están en mejores condiciones para resistir a las interferencias en comparación con las señales de la radio analógica (Austen, s.f.).

1.4 Degradación de la señal

Las señales de la radio digital están en mejores condiciones para resistir a las interferencias en comparación con las señales de la radio analógica.

A las señales de la radio analógica les lleva más tiempo degradarse en contraste con las señales de la radio digital (ClubEnsayos, 2015).





La transmisión digital consigue un uso más eficiente del espectro radiofónico, al reducir a una sola frecuencia la cobertura nacional por cadena, lo que marca un punto y aparte en la historia de la radio.

Hasta ahora la señal analógica, que conocemos tanto en AM como en FM puede sufrir transformaciones en el transcurso hasta llegar al receptor.

La radio digital es la transmisión y recepción del sonido que ha sido procesado utilizando para ello la tecnología utilizada en los productores de CD, es decir, cuando la información sonora se traduce al lenguaje binario de unos y ceros.

Las radiodifusoras para lograr la transición a la radio digital deben instalar equipos nuevos. Estas usarán señales analógicas y digitales en un mismo canal de AM o FM, lo que conlleva que retransmitirá en dos formatos una misma programación.

La radio digital se puede emitir de 3 maneras: la radio digital por satélite la radio, digital terrena y la radio Web; ésta última es la más novedosa ya que en ella se establecen nuevas fronteras de comunicación, se puede escuchar tanto directamente como diferido de las emisiones.

La radio digital a diferencia de la radio tradicional presenta aspectos muy importantes de los cuales se pueden mencionar los siguientes:

La calidad de audio es superior, no hay interferencias lo que hace que sean más potentes, los diseños de radio son más originales ya que se puede seleccionar la estación que se desee, el radioescucha puede programar su radio y solicitar que le lleguen informaciones sobre noticias, precios de acciones, cotizaciones bursátiles, resultados deportivos o información meteorológica, etc., si así lo desea.

Al adquirir un receptor digital se pueden percibir señales digitales y con este también se podrán sintonizar estaciones que no tienen transmisión digital (Austen, s.f.).





1.4.1 Otras ventajas de la radio digital

La calidad de sonido es el mayor beneficio de la radio digital. El DAB (Digital Audio Broadcasting) es la señal analógica lo que el compact disc ha sido para el vinilo, ya que es inmune a las interferencias ocasionadas por la climatología o la orografía.

Sin embargo, también cabe destacar la comodidad de sintonizar una frecuencia única en toda la geografía.

Así, un vehículo que cubre la distancia de un sitio distante de otro no necesita sintonizar varias veces su receptor por el cambio provincial.

Suele decirse que la radio digital no sólo se escucha, sino que también se ve. La razón: el servicio de datos en tiempo real (Santos, 2007).

Para permitir la transmisión doble (analógica y digital) en realidad el sistema realiza una transmisión triple: mantiene la vieja señal para receptores analógicos y coloca dos señales iguales para los receptores digitales, a ambos lados de la anterior (Revista Pucara, 2008).

1.4.1.1 El caso de la radio en internet

La primera "estación de radio" por Internet (on-line), "Internet Talk Radio", la desarrolló Carl Malumud en 1993. Ésta usaba una tecnología llamada MBONE (IP Multicast Backbone on the Internet). En 1995, nace la primera estación de radio exclusiva por internet de tiempo completo, llamada Radio HK, emitiendo música de bandas independientes.

HK fue creada por Norman Hajjar y el laboratorio Hajjar/Kaufman New Media Lab, que era una agencia de publicidad en Marina del Rey, California. El método usado por Hajjar fue emplear un reflector de conferencia web CU-SeeMe conectado a un cd de audio personal corriendo en un loop infinito.

Más tarde, Radio HK sería convertida a uno de los originales servidores de RealAudio. En la actualidad, algunas estaciones de radio por internet manejan





la tecnología de servicios web de proveedores como Live365 para hacer webcast durante todo el día.

La empresa Windows que había incurrido en materia de multimedia lanza Windows2003, permitiendo un manejo inteligente de "unicast" y la posibilidad de que miles de oyentes puedan conectarse a una transmisión única, en forma estable y con calidad de sonido similar a una radio FM tradicional.

En el año 2004, el uso de streamcasting de audio declinó a favor del Podcasting. Sin embargo, los podcasts están limitados al uso de música "royalty free" o libre de regalías, porque de no ser así, se incurre en violación de los derechos de autor. Por esa razón, los podcasts no son más que una forma de hacer "talkshows" descargables.

Muchos de los podcasts de audio también son a su vez disponibles como streamcasts de audio (Historadio, 2011).

El sistema norteamericano IBOC permite que en la misma frecuencia actual pueda escuchar la misma emisora tanto quien tenga un equipo analógico como uno digital. Se trata de una gran virtud para empresarios de la radiodifusión, quienes deben transmitir con los dos sistemas a partir del mismo transmisor. Y para ello no solo ahorran espectro, sino que utilizan más a partir de la misma licencia otorgada.

1.4.1.2 Receptores

Los automóviles van a ser los primeros en beneficiarse de las ventajas de la señal digital y la mayoría de los fabricantes de coches de gama alta tiene previsto incorporar los receptores digitales a su actual equipamiento de serie.

Los receptores tradicionales no están técnicamente preparados para recoger la señal digital, por lo que es necesario hacerse con un sintonizador especial, que puede combinar la recepción digital con las tradicionales FM y AM (Santos, 2007).





1.4.1.3 Dificultades

El principal problema que tenemos que afrontar en el mundo de la Radio Digital es el elevado precio que tienen los aparatos receptores.

Para recibir las señales digitales; es necesario un receptor digital, sin embargo, los radioescuchas pueden usar su receptor digital para sintonizar las estaciones que no tienen transmisión digital.

Por último, igual que sucede en la televisión, los nuevos aparatos pueden recibir nuevas clases de contenidos, como textos con informaciones adicionales.

A pesar de que los primeros receptores de radio digital eran sensiblemente más caros que los analógicos, los precios de estos últimos son, hoy, perfectamente equiparables a los de sus predecesores (Santos, 2007).

1.5 Tipos de Radio

Intentar catalogar las emisoras de radio no es una tarea sencilla, sobre todo, por la multitud de tipologías que se podrían plantear. La propiedad, la programación, la forma de emisión son algunas características aplicables (Turmo, 2002).

Se considera entonces que es necesario adoptar para agrupar estos operadores, aunque hay que señalar que siempre se producirán excepciones que pueden poner en duda el razonamiento escogido.

Según la manera de transmisión o emisión	Según las formas de escuchar emisiones radiofónicas	Según la concesión
Modulación de amplitud AM	La radio portátil	Radio comercial o privada
Modulación en banda	La radio por internet	Radio pública





lateral		
Modulación de frecuencia FM	La radio digital terrestre	Radio comunitaria
	La radio por satélite	Radio educativa

1.5.1 Tecnologías de la Información y Comunicación Tic's

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación son un conjunto de servicios, redes, software y aparatos que tienen como fin la mejora de la calidad de vida de las personas dentro de un entorno, y que se integran a un sistema de información interconectado y complementario. Esta innovación servirá para romper las barreras que existen entre cada uno de ellos.

Las TIC se imaginan como el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación, constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional y por las Tecnologías de la información, caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos. Las TIC son herramientas teórico conceptuales, soportes y canales que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información de la forma más variada (González, 2014).

Su uso representa una variación notable en la sociedad y a la larga un cambio en la educación. Se entiende como un término para designar lo referente a la informática conectada a Internet, y especialmente el aspecto social de éstos. Las nuevas tecnologías de la información y comunicación eligen a la vez un conjunto de innovaciones tecnológicas pero también las herramientas que permiten una redefinición radical del funcionamiento de la sociedad.

Para todo tipo de aplicaciones educativas, las TIC son medios y no fines. Es decir, son herramientas y materiales de construcción que facilitan el





aprendizaje, el desarrollo de habilidades y distintas formas de aprender, estilos y ritmos de los aprendices.

1.5.2 Características de las TIC

- Son de carácter innovador y creativo, pues dan acceso a nuevas formas de comunicación.
- Tienen mayor dominio y beneficia en mayor proporción al área educativa ya que la hace más accesible y dinámica.
- Son considerados temas de debate público y político, pues su utilización implica un futuro prometedor.
- Se relacionan con mayor frecuencia con el uso de la Internet y la informática.
- Afectan a numerosos ámbitos de la ciencia humana como la sociología, la teoría de las organizaciones o la gestión.
- En América Latina se destacan con su utilización en las universidades e instituciones.
- Resultan un gran alivio económico a largo plazo. Aunque en el tiempo de ganancia resulte una fuerte inversión.
- Constituyen medios de comunicación y ganancia de información de toda variedad, inclusive científica, a los cuales las personas pueden acceder por sus propios medios, es decir potencian la educación a distancia en la cual es casi una necesidad del alumno poder llegar a toda la información posible (González, 2014).

1.5.3 Ventajas y desventajas de las TIC

Ventajas:	Desventajas:
➤ Brindar grandes beneficios y adelantos en salud y educación.	➤ Falta de privacidad
➤ Desarrollar a las personas y actores sociales a través de redes de apoyo e intercambio y	➤ Aislamiento



lista de discusión.	
➤ Apoyar a las personas empresarias, locales para presentar y vender sus productos a través de la Internet.	➤ Fraude
➤ Permitir el aprendizaje interactivo y la educación a distancia.	➤ Pérdida los puestos de trabajo
➤ Repartir nuevos conocimientos para la empleabilidad que requieren muchas competencias.	
➤ Ofrecer nuevas formas de trabajo, como teletrabajo	
➤ Dar acceso a la salida de conocimientos e información para mejorar las vidas de las personas.	
➤ Facilidades	
➤ Exactitud	
➤ Menores riesgos	
➤ Menores costos	

Las TIC contribuyen a la emergencia de nuevos valores, provocando continuas transformaciones en nuestras estructuras económicas, sociales y culturales. El gran impacto de las TIC en todos los ámbitos de nuestra vida hace cada vez más difícil que podamos actuar eficazmente desechando de ellas (González, 2014).





1.6 Historia de la Radio por Internet (Radio on-line)

Debido a que la señal de radio es transmitida por el internet mediante el World Wide Web, es posible acceder estaciones de cualquier parte del mundo; por ejemplo, escuchar una estación Australiana desde Europa o América. Esto lo vuelve un servicio popular para emigrados al extranjero y para la gente que cuenta con intereses demasiado diversos o demasiado específicos que quizá no sean adecuadamente provistos por una de las franquicias locales de las monopólicas cad La primera "estación de radio" por Internet, "Internet Talk Radio", fue desarrollada por Carl Malumud en 1993. La estación de Malumud usaba una tecnología llamada MBONE (IP Multicast Backbone on the Internet). En Febrero de 1995, surgió la primera estación de radio exclusiva por internet de tiempo completo, llamada Radio HK, emitiendo música de bandas independientes. Radio HK fue creado por Norman Hajjar y el laboratorio mediático Hajjar/Kaufman New Media Lab, una agencia de publicidad en Marina del Rey, California. El método de Hajjar fue usar un reflector de conferencia web CU-SeeMe conectado a un cd de audio personal corriendo en un loop infinito. Después, Radio HK fue convertido a uno de los originales servidores de RealAudio. Hoy en día, las estaciones de radio por internet como VoyagerRadio e Y Radio.fm utilizan la tecnología de servicios web de proveedores como Live365 para hacer webcast 24 horas al día. En el año 2003, Windows que ya había incurrido con éxito con su serie de servidores Windows 2000 en materia de multimedia, lanza Windows 2003 server, permitiendo con suficiente ancho de banda un manejo inteligente de "unicast" y la posibilidad de que miles de oyentes puedan conectarse a una transmisión única, en forma estable y con calidad de sonido que puede alcanzar hasta 128 kbps, lo que iguala el sonido de una Radio por Internet a una radio FM tradicional cadenas radiofónicas nacionales. A partir de finales del 2004, el uso de streamcasting de audio ha ido declinando a favor del Podcasting, método alterno basado sobre RSS que ofrece múltiples beneficios imposibles previamente. Sin embargo, es pertinente aclarar que los podcasts están limitados al uso de música "royalty free" o libre de regalías, porque de no ser así, se incurre en violación de los derechos de autor. Por esa





razón, los podcasts no son más que una forma de hacer "talkshows" descargables. Muchos de los podcasts de audio también son a su vez disponibles como streamcasts de audio (Historadio, 2011).

1.6.1 Ventajas y desventajas de la radio on-line

El surgimiento de la radio en internet ha permitido un cambio significativo en el modo de transmisión del medio radial y ha propiciado el surgimiento de emisoras que emiten netamente por internet.

La radio por internet tiene muchas ventajas así como desventajas. Lo importante es poder equilibrar las para así poder atraer la mayor cantidad de escuchas posibles.

1.6.1.1 Ventajas

- Hay mayor relación entre los interlocutores y los oyentes.
- Se puede escuchar desde cualquier celular con conexión a internet.
- Se puede escuchar desde cualquier parte del mundo (cobertura mundial).
- No tiene costo de producción.
- Se pueden grabar los programas.
- Se puede utilizar las redes sociales como medio de comunicación a la radio.
- Sin necesidad de licencia o concesión
- Transmitir desde cualquier lugar

1.6.1.2 Desventajas:

- Se necesita de una conexión a Internet para poder escuchar.
- Puede haber problemas de conexión.
- Hay veces que se pone lenta la señal o se paraliza.
- Se necesita de una buena laptop o computadora.
- No es gratis
- Oyentes limitados (Bomba, 2011).





1.7 Manejo de medios en la actualidad

Los medios masivos de comunicación son el conjunto de recursos que obtienen y difunden información a una audiencia amplia y diversa, los cuales moldean la opinión pública, pues se acepta por cierta la información que brindan, otorgándole credibilidad y un grado de confianza. Los medios pueden ser escritos, como la prensa y las revistas; audiovisuales, como la radio y la televisión; o interactivas como el internet.

Los medios de comunicación tienen una gran capacidad de magnificar los acontecimientos sociales. Un mensaje puede ser repetido y lanzado como hecho importante o significativo sin serlo en la realidad.

1.8 Ciber Periodismo o Periodismo on-line

El Ciberperiodismo, o también llamado periodismo digital (on-line) o participativo, es un término nuevo para describir la tendencia del periodismo que tiene como espacio principal de desarrollo al internet. Esta nueva área del periodismo tiene que ver directamente con el desarrollo de las nuevas tecnologías y muy especialmente desde finales del siglo XX.

Los medios de comunicación como la radio, la televisión y la prensa, con sus diferentes géneros y modos de expresión, han ido incursionando en el nuevo medio de comunicación social del siglo XIX. En la actualidad es posible sintonizar emisoras, ver canales de televisión, películas, música, leer periódicos y demás en el internet.

En consecuencia, se habla de radio, televisión y prensa digital, para referirse a los medios que se transmiten utilizando la tecnología digital, más versátil y con más prestaciones que la antigua analógica, o que se emiten por el llamado ciberespacio.

A continuación algunos conceptos:





Ciberperiodismo: Se define como el procesamiento y transmisión de información periodística, colocada en determinado formato y recursos informáticos, con destino a un público con acceso a internet.

Ciberperiodista: Profesional de la información cuyo componente radica en escribir para/ por/ o sobre un medio digital. Básicamente, sus fuentes de información residen en la Red.

Periodismo Digital: Se define como la especialidad del periodismo que se relaciona con las actividades, presencia o formas de comunicar y distribuir la información, llevadas a cabo vía internet por agentes que conforman el sector de los medios de comunicación de masas.

Periodista Digital: Con funciones y tareas distintivas, se considera que es aquel profesional que vincula su trabajo a la edición y publicación directamente en la Red.

Periodismo Participativo: Es el acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos que juegan un papel activo en el proceso de coleccionar, reportar, analizar y diseminar información. La intención de esta participación es suministrar la información independiente, confiable, exacta, de amplio rango y relevante que una democracia requiere.

Desarrollo del Ciberperiodismo

Muchos son los cambios en el periodismo por la revolución de las nuevas tecnologías. Internet ha cambiado el modo de hacer información, obligando al periodista a incorporarse al ciberespacio.

A lo largo de la historia, el acceso a las noticias y la información ha sido un privilegio concedido a poderosas instituciones con la autoridad o la riqueza para dominar la distribución (Ciberperiodismo, 2011).





En los dos siglos anteriores, una prensa independiente ha servido como defensor de la sociedad y su derecho a saber, un papel esencial durante una era de tolerancia democrática.

1.9 Lenguaje Radiofónico

El lenguaje radiofónico es el lenguaje que se utiliza en la radio. Debido a las limitaciones del medio, se basa exclusivamente en el sonido (música, palabras, efectos, sonido, silencio), en una sola dirección (del emisor al oyente).

1.9.1 La expresión sonora

Los sonidos utilizados en la radio se pueden dividir en:

- Voz humana.
- Música.
- Sonido ambiente en una grabación, conexión o directo, en las que el fondo natural se traduce en efectos sonoros, que sitúan y acompañan la acción. Puede incluir tanto música como voz humana, que actúan como efectos.

Estos tres elementos entran en función por medio de los planos. La voz y la música, pueden ser por sí mismos los protagonistas. El sonido ambiente sólo lo hace circunstancial y aisladamente.

- Por último, el silencio (ausencia de sonido, ya sea palabra, música o ruido) da valor a los sonidos anteriores y posteriores, por lo que tiene un enorme potencial expresivo, que debe usarse con prudencia.

1.9.2 La música

Música objetiva: tiene sentido propio, independientemente de sentimientos e ideas. Expone un hecho concreto, donde sólo se da lugar a una interpretación; y atiende claramente a género, época, estilo, etc.





Música subjetiva: su función es expresar y apoyar situaciones anímicas, creando un ambiente emocional.

Música descriptiva: nos sitúa en un espacio o en un ambiente concreto (época, país, región, naturaleza, interiores, entre otros); suele dar una visión fría, desprovista de sentido anímico.

1.9.3 Los planos

Los planos determinan la situación, ya sea temporal, física o de intención de los distintos sonidos. Hay varios tipos de planos:

Planos espaciales de narración. Son situaciones en el espacio: lugar donde se produce la acción y los cambios que le afectan.

Planos de presencia. Es la relación de cercanía o lejanía con respecto al plano principal. El plano principal es el plano con el que el programa se viene produciendo, independientemente de que en el momento en que se da ese sonido (en un segundo, tercer o cuarto plano) no haya nada en primer plano.

Planos temporales de narración. Sitúan el tiempo en que la/s acción/es se produce/n: pasado, presente, futuro, intemporalidad (tiempo no definido), atemporalidad (fuera del tiempo).

Planos de intención. Marcan introspección, incursión en el sueño o la fantasía, complicidad, etc.

1.9.4 El silencio

Se emplea normalmente con una intención psicológica, dramática. Incluso cuando cumple una función ortográfica se busca una respuesta emotiva en el oyente. Puede ser:

Silencio objetivo: es la ausencia de música y de ruido. Sin más connotaciones.





Silencio subjetivo: es el silencio utilizado con una intencionalidad ambiental o dramática.

Otra clasificación posible es:

El silencio narrativo, que cuenta acciones en el tiempo.

El silencio descriptivo, que muestra el aspecto de seres y cosas, y expresa sentimientos.

El silencio rítmico, que apoya el ritmo de la acción.

El silencio como recurso expresivo, que pueda aportar ambigüedad, dramatismo, etc.

El silencio como pausa.

El silencio como error.

El silencio reflexivo, para ayudar a valorar el mensaje.

1.9.5 Características del lenguaje radiofónico

Claridad: se trata de hacer asequible la expresión porque existe el riesgo de interrumpir la asimilación mental de los mensajes si se adoptan códigos que requieren esfuerzos reflexivos y por tanto, tiempo de descodificación (comprensión)

Lo concreto, en forma activa y presente. En radio son necesarias las formas que más “vitalizan” las imágenes y los relatos. En casos de equivalencia semántica, mejor las formas simples que las compuestas, el presente que el pasado, la frase activa que la pasiva.

Brevedad. Las exigencias del tiempo, la necesidad de facilitar la asimilación y la fugacidad del mensaje obligan a la radio a construir mediante períodos y frases breves que aseguren la comprensión.

El periodista radiofónico está obligado a dominar la ortografía, la morfología, la sintaxis y un vocabulario rico. Debe saber escribir y narrar pero además debe





adaptar su escritura y narración al ritmo, cadencia y entonación requeridos en cada momento. A estas características debe unirse el matiz de la expresión personal. “A fin de que pueda transmitir el significado correcto, el mensaje debe elaborarse mediante el uso de signos que sean comunes a las experiencias del emisor y el receptor” (Kaplun, 1978).

1.10 Producción y Programas de Radio

1.10.1 Producción

En el terreno de la comunicación radiofónica, la producción está estrechamente ligada al concepto de programa, en tanto que, globalmente entendida, afecta a todo el engranaje que debe ponerse en marcha para la emisión de cualquier espacio, por pequeño que sea.

No obstante, es obvio que, en función de la envergadura del producto que se pretenda emitir, el proceso de producción será más o menos complejo. De hecho, no es lo mismo producir un informativo de actualidad de 60 minutos de duración que una cuña publicitaria de 20 segundos, como tampoco supone la misma dedicación la preparación de un magazine diario, que siempre sigue una estructura más o menos similar, que la de un dramático radiofónico, para cuya materialización se precisará, entre otras cosas, de una buena selección de músicas, de efectos sonoros, de voces, así como de la confección de un guion exhaustivo (Kaplún, 1978).

En las emisoras de radio, la mayoría de los programas cuentan con el respaldo de un cuerpo de productores/as. Ellos/as son las personas que se encargan, por ejemplo, de concertar entrevistas, de contactar con los tertulianos, de buscar toda la documentación necesaria para la emisión de un reportaje, de preparar los temas musicales que formarán parte del espacio para el que trabajan, de seleccionar efectos sonoros, etc. Este cuerpo de profesionales pasa muchas veces inadvertido, pero sin su dedicación sería prácticamente





imposible la emisión de muchos de los productos que conforman la oferta de las distintas emisoras.

La producción implica, igualmente, la puesta en práctica de las diferentes técnicas. Ten en cuenta que si se ignoran las características específicas del medio, si se desconocen las posibilidades del lenguaje radiofónico y su riqueza expresiva, o si se sabe poco acerca de los aspectos relativos a la realización o la confección de un guion, difícilmente se estará en condiciones de afrontar una buena producción.

El Guion	Esquema previo.	La redacción
➤ Salvo casos excepcionales, las emisiones de radio no se improvisan, sino que se emiten sobre la base de un texto previamente escrito.	➤ La documentación	➤ El estilo
➤ Por otra parte el control del tiempo en radio es muy estricto.	➤ La selección de los contenidos	➤ El lenguaje
➤ Salvo casos excepcionales, las emisiones de radio no se	➤ La elaboración del esquema	➤ La sintaxis



improvisan, sino que se emiten sobre la base de un texto previamente escrito.		
		➤ La puntuación
		➤ El uso de la preguntas
		➤ Los momentos decisivos
		➤ El dominio de los recursos técnicos

Por otra parte, y precisamente por esa estrecha relación que la producción guarda con los programas, los procesos que se deben poner en marcha están muy condicionados por los llamados géneros programáticos, es decir, por las formas de transmisión de los contenidos (Kaplún, 1978).

1.10.2 La estructura del guion

Sintonía: Nota o sucesión de notas musicales u otros sonidos que por sí sola sitúa un espacio radiofónico, y que permite al oyente saber, con su sola audición, qué ha SINTONIZADO. La sintonía será una muy breve secuencia, tras la cual suele facilitarse el título del programa o el nombre de la emisora o de aquello que se pretende identificar.

Careta: La careta no es sino una sintonía a la que puede englobar más elaborada, con créditos o títulos fijos y que puede incluir otros textos introducción temática, declaración de intenciones, entradillas, etc., también fijos. Importa que la música tanto de sintonías como de caretas no se asocie con otros motivos distintos del programa o sección de que se trate, a menos



que de esos motivos trate la emisión. Interesa, además, que no sea una música demasiado popular, excesivamente oída.

Indicativo: Intervención muy breve (sólo títulos, nombres) que recuerda al oyente el programa o la emisora que está escuchando, o ambas cosas. Puede incluir sintonías o ráfagas musicales o no incluirlas. A menudo va seguido de horarias (información de la hora exacta).

Entradilla: Intervención breve en la que el locutor centra el programa (o la sección) que va a venir a continuación; o, sencillamente lo/la presenta.

Secciones: Cada una de las partes diferenciadas en las que, sin formar parte de la continuidad, se puede dividir un programa.

Sketch o escena: Secciones dramatizadas que ilustran un determinado punto de interés o, simplemente, ambientan y enriquecen un programa.

Cuñas: Son montajes sonoros cortos (treinta segundos sería una media), dramatizados o no, que se utilizan como promoción para anunciar. También reciben el nombre de jingles o como contenido.

Micro espacios: Espacios independientes, con su propia estructura y contenidos, que se integran dentro de un programa.

Cortinilla: Ráfaga de separación (habitualmente entre secciones), casi siempre pregrabada.

Golpes: Efectos musicales muy dramáticos que subrayan y acentúan un momento, una situación, un personaje, un titular, etc. En los programas informativos se los llama puntos; y de hecho es con frecuencia esa función ortográfica la que cumplen en el desarrollo de la emisión.





1.10.3 La Realización

La realización no es más que convertir el texto en voces y sonidos, los signos escritos en señales auditivas.

Calidad y técnica	El estudio de radio	El equipo humano	Técnica del micrófono
Calidad interpretativa	La cabina		La emisión de la voz
	La consola		Respiración
	Los tornamesas		Posición del cuerpo
	Los grabadores		Manejo del micrófono
			La dicción
			La expresión

Se debe poner tanto esmero y preocupación en la puesta en el aire como en la elaboración del guion (Kaplún, 1978).

1.11 Radio juvenil

Una condición que unifica la producción de la radio juvenil se basa en el principio supuesto de que la posición de joven implica una superficialidad que se refleja en programas centrados en los temas de la moda, la farándula, el sexo y la música.

La radio juvenil se caracteriza por tener una conversación espontánea, entre el conductor y los locutores, sin una estructura rígida o determinada para el programa.

Están en la obligación de hablar como sus públicos y compartir los códigos establecidos por ellos. Los locutores de las emisoras juveniles tratan de utilizar las palabras y las frases que hacen parte del diario vivir y del entorno de los jóvenes (Radialistas Apasionados, 2012).





Uno de los objetivos de la radio juvenil consiste en ofrecer a los jóvenes la oportunidad de dar a conocer sus pensamientos e ideas acerca de los temas relacionados con los derechos de los niños y jóvenes y a compartirlos con gente de su edad.

La radio juvenil ofrece nuevas perspectivas. Es importante que los jóvenes puedan difundir información sobre diversos temas valores y cultura, teniendo en cuenta el concepto de responsabilidad social.

1.11.1 Radio Educativa y ciudadana

La radio define sus actividades culturales y educativas en los siguientes cometidos:

Ampliación de la educación popular; difusión de la cultura; extensión de los conocimientos; propagación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones; estímulo a nuestra capacidad para el progreso y la facultad creadora para las artes y, finalmente, el análisis de los asuntos del país desde un punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional.

La utilización de la radio como herramienta para la educación resulta ser beneficiosa en algunas situaciones en las que participa el ser humano de forma cotidiana.

En primer lugar, la radio educativa crea y desarrolla el gusto por aprender, al permitir al individuo participar en experiencias que no le son comunes, lo que se manifiesta en un enriquecimiento cultural.

El simple hecho de comunicar algún tipo de mensaje a través de este medio hace que el público aprenda de una u otra manera, según su voluntad y contexto cultural.

Como radio educativa promueve la diversidad, escuchando y difundiendo las diversas percepciones y posturas de todas las personas, sean adultos o niñas y





niños sobre cualquier tema social, económico, cultural o político. Asimismo, promueve la interculturalidad, la promoción de saberes y conocimientos; orientando el trabajo a garantizar el derecho a la información y comunicación de todas las personas sin importar la edad o condición social. Es así que se construye una radio que aporta desde el encuentro entre autoridades, vecino, vecinas, estudiantes, profesores, profesoras, comerciantes y compradores, mostrando los mismos derechos y oportunidades (Cooperación Internacional, 2015).

Dentro del proceso de aprendizaje el mensaje radiofónico no puede sustituir la educación y mucho menos remplazar las relaciones personales entre el profesor y el estudiante. Por ello, se les utiliza como apoyo secundario o de enriquecimiento, más que para impartir una enseñanza directa y formal.

La radio educativa y alternativa promueve la diversidad, escuchando y difundiendo las diversas percepciones y posturas de todas las personas, sean adultos o niñas y niños sobre cualquier tema social, económico, cultural o político. Asimismo, promueve la interculturalidad, la promoción de saberes y conocimientos; orientando el trabajo a garantizar el derecho a la información y comunicación de todas las personas sin importar la edad o condición social. Es así que se construye una radio que aporta desde el encuentro entre autoridades, vecino, vecinas, estudiantes, profesores, profesoras, comerciantes y compradores, mostrando los mismos derechos y oportunidades.

Una radio educativa y cultural promueve la participación de los ciudadanos-ciudadanas y defiende sus intereses; responde a los gustos de la mayoría y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; informa verazmente; ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; se estimula la diversidad cultural y no la homogenización mercantil; la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las casas discográficas; en donde la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras (Radialistas Apasionados, 2012).





1.12 Audiencias

La Ley Orgánica de Comunicación, en el artículo 65 establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado:

1. **Familiar:** Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público
2. **Responsabilidad compartida:** La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y,
3. **Adultos:** Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas.

En función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y calificación de contenidos. La adopción y aplicación de tales parámetros será, en cada caso, de responsabilidad de los medios de comunicación (cordicom, 2013).





CAPITULO II

2. DIAGNOSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE RADIO ON-LINE VOZ JUVENIL

2.1 Recopilación de datos

Los datos para la implementación de la radio Online Voz Juvenil fueron recolectados a través de las normas técnicas de espacios juveniles, agenda de igualdad para la juventud, de entrevistas al personal que labora en el MIES y MIESpacio Juvenil, así como de encuestas a estudiantes de las Unidades Educativas, Juan Bautista Vázquez, Luis Rogerio González, Luis Cordero y voluntarios que asisten a los talleres de MIESpacio Juvenil.

2.2 Resultados de encuesta

Se realizó una encuesta con el afán de conocer la necesidad de implementar un medio de comunicación juvenil y para saber la importancia de contar con





una radio virtual en la sede de MIESpacio Juvenil de Azogues. En dicha encuesta se investigó si era factible su creación y si habría posibles participantes en el proyecto.

2.2.1 Universo

El universo está constituido por los directivos del MIES y MIESpacio Juvenil, los jóvenes voluntarios de MIESpacio Juvenil y estudiantes de las tres Unidades Educativas más numerosas del cantón Azogues; Luis Cordero, Juan Bautista Vásquez y Luis Rogerio González.

2.2.2 Muestra

De la población o universo igual a 120, se seleccionó a cinco empleadas del MIES, 15 voluntarios, 40 estudiantes de la Unidad Educativa Luis Cordero, 30 del Juan Bautista y 30 del Luis Rogerio González.

2.2.3 Modelo de encuesta

ENCUESTA DIRIGIDA A EMPLEADOS DEL MIES, ESTUDIANTES DE LAS UNIDADES EDUCATIVAS LUIS CORDERO, JUAN BAUTISTA VÁZQUEZ, Y LUIS ROGERIO GONZÁLEZ

El presente instrumento, tiene como objetivo recabar información sobre las emisoras radiales

Por favor lea atentamente y luego conteste las siguientes preguntas, según corresponda.

1. ¿Con que frecuencia escucha radio?

- Siempre que puedo 79
- Algunas veces 31
- Casi nunca 10





2. ¿En qué momento del día escuchas la radio?

- Por las mañanas 9
- Al mediodía 12
- Por las tardes 40
- Por las noches 59

3. ¿Qué tipo de programas o programas escucha?

-Informativos 13

-Humorísticos 4

-Religiosos 4

-Culturales 10

-Magazines 0

-Dramáticos 0

-Musicales 50

-Educativos 12

-Deportivos 25

-Consultorios 2

4. ¿Qué características del medio radiofónico le resulta más atractivas?

-Hace posible la creación de un ámbito privado en cualquier lugar debido a su reducido tamaño. 12

-La variedad de emisoras y programas permite satisfacer todas las necesidades informativas y recreativas el individuo. 33

-Requiere menor concentración, ya que la percepción exclusivamente es auditiva por lo cual permite compartir con otras actividades simultáneas, sobre todo manuales. 8





-Permite la participación del oyente que interviene de forma activa en los diálogos con el locutor y los que escuchan eso a través de la línea telefónica. 39

Rapidez e inmediatez. Las noticias llegan más rápido que todos los medios, muchas veces en el mismo instante de los hechos.

-Fugacidad del mensaje. Se percibe únicamente con el oído y nuestra capacidad de retención auditiva por lo que la permanencia del mensaje es mínima. 11

-Potencia la imaginación. A partir de la palabra el oyente recrea lo que escucha en su imaginación. 17

5. ¿Ha escuchado radio por internet? a)

Siempre b) A veces c) Nunca

6. ¿Desde dónde accede a internet?

a) Hogar

b) Cyber

c) Wi-Fi

7. ¿Qué uso le das o le darías a la radio online?

a) Entretenimiento b) Información c) Educación

8. ¿Participaría con una propuesta de programa radial en caso de implementarse una radio online en MIESpacio Juvenil?

SI_ NO _

¿Si su respuesta es SI con qué propuesta de programa participaría?

9. ¿Qué tipo de programa le gustaría dirigir si se implementa una radio en MIESpacio Juvenil?

Musicales deportivos farándulas educativos

10. ¿Le gustaría recibir talleres de locución, producción radial y relaciones humanas para así llevar a cabo un programa en radio?

SI_ NO _

11. ¿En caso que se implemente una radio juvenil, si escucharía?

SI_ NO _





12. ¿De qué manera le gustaría participar si fuera oyente de la radio?

- a) Redes sociales
- b) Vía telefónica
- c) Mensajes de texto
- d) Chat

2.2.4 Tabulación y análisis de resultados

2.2.4.1 Procesamiento de Datos

Luego de aplicar la encuesta a empleados de la MIES, estudiantes de Unidad Educativa Luis Cordero, Juan Bautista Vázquez, y Luis Rogerio González se realizará lo siguiente:

2.2.4.2 Recolección de datos.

Aplicación de encuestas a los empleados del MIES, estudiantes de Unidad Educativa Luis Cordero, Juan Bautista Vázquez, y Luis Rogerio González.

2.2.4.3 Tabulación de datos.

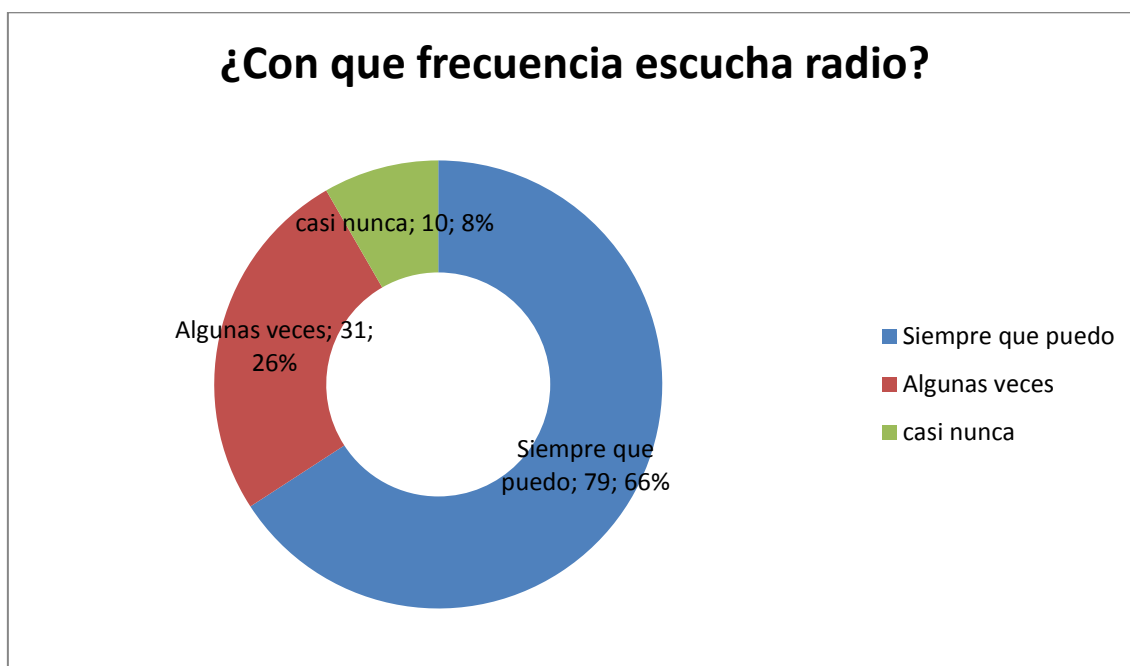
1. ¿Con que frecuencia escucha radio?

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Siempre que puedo	79
Algunas veces	31
Casi nunca	10
TOTAL	120





Fuente: Autoría propia



Interpretación de resultados.- Al consultar a los encuestados ¿Con que frecuencia escucha radio? Se obtuvo los siguientes resultados: 79 respondieron que escuchan la radio siempre, que representa el 66%; 31 respondieron que escuchan la radio algunas veces que equivale al 26%; y 10 respondieron que casi nunca escuchan la radio, que es el 8%. Quedando constancia que las personas en su mayoría suelen escuchar la radio.

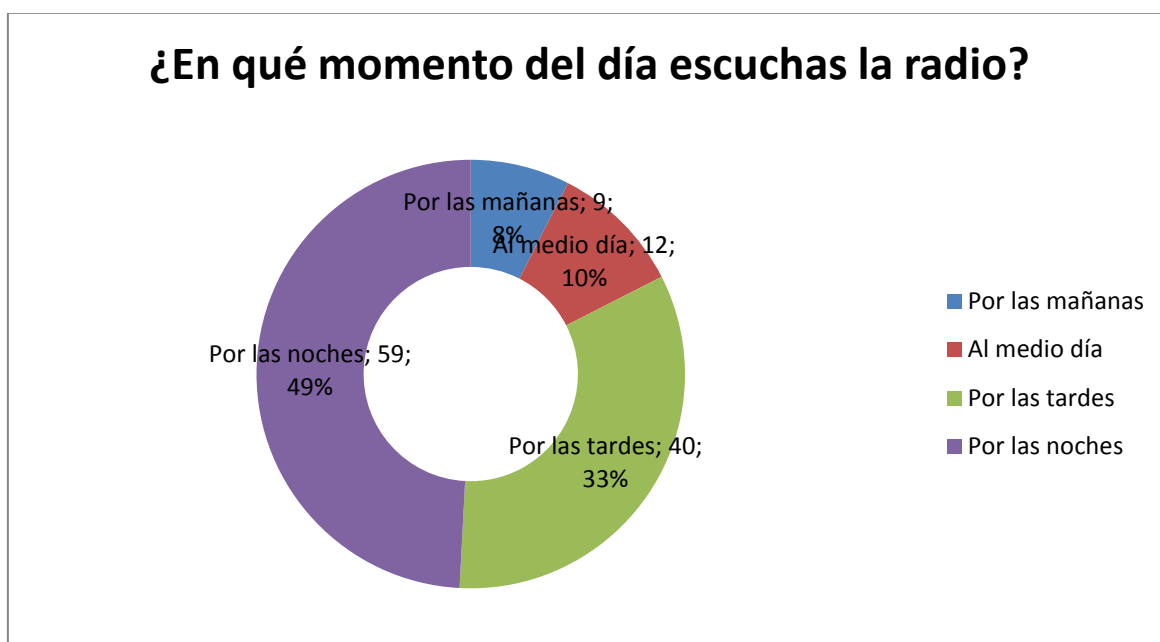
2. ¿En qué momento del día escuchas la radio?

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Por las mañanas	9
Al medio día	12
Por las tardes	40
Por las noches	59



TOTAL	120
--------------	------------

Fuente: Autoría propia



Interpretación de resultados.- Se preguntó a los 120 encuestados ¿En qué momento del día escuchas la radio? Respondieron lo siguiente: 9 dijeron que escuchan por las mañanas, 12 al medio día, 40 por las tardes y 59 por las noches ,que equivalen al 8%, 10%, 33%, 49% respectivamente. Siendo una cifra significativa 59 con 49%, lo que significa que las personas en su mayoría escuchan la radio en las noches.

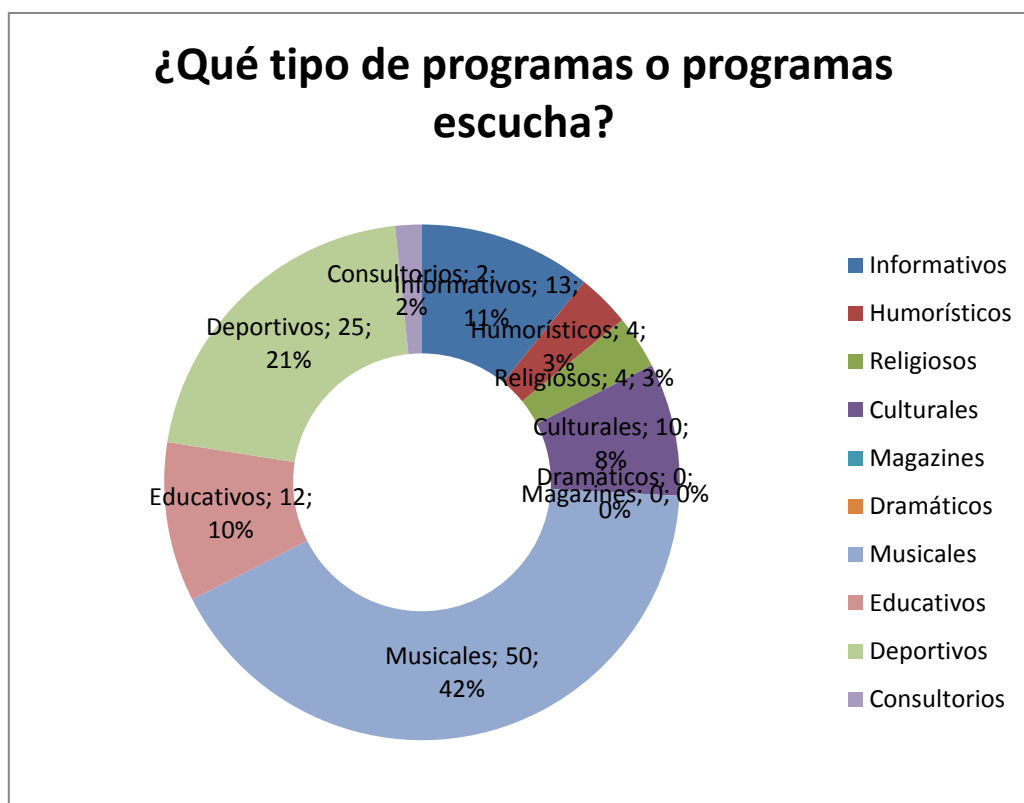
3. ¿Qué tipo de programas o programas escucha?





RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Informativos	13
Humorísticos	4
Religiosos	4
Culturales	10
Magazines	0
Dramáticos	0
Musicales	50
Educativos	12
Deportivos	25
Consultorios	2
TOTAL	120

Fuente: Autoría propia



Interpretación de resultados.- En relación a la pregunta ¿Qué tipo de programas o programas escucha? Vale señalar que la mayoría de los encuestados manifestaron que escuchan programas musicales lo que representa el 42%, siendo 50 de los 120 encuestados los que respondieron de esta manera, 25 respondieron que los programas favoritos son los deportivos lo que representa un 21% , 13 respondieron que los informativos son los preferidos, representando un 11%, mientras que 12 respondieron que prefieren los programas educativos, lo que significa que un 10% prefieren los programas educativos, 10 respondieron que les agrada los programas culturales que representa un 8%; 4 respondieron que prefieren los programas humorísticos y culturales lo que representa un 3% de cada uno, 2 respondieron que les gusta los programas consultorios, que representa un 2% del total de encuestados.



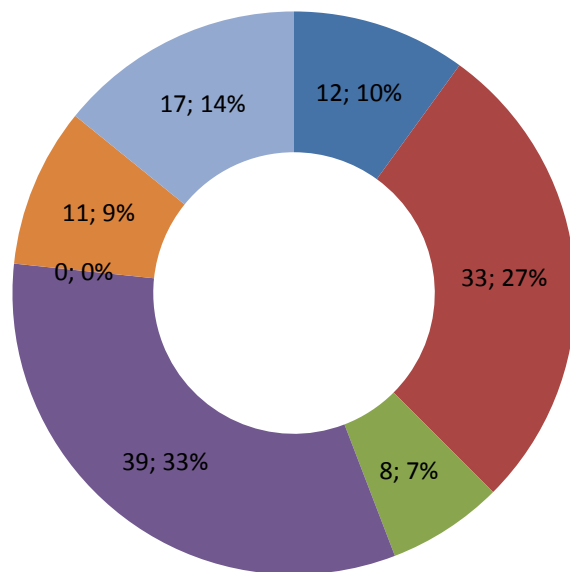
4. ¿Qué características del medio radiofónico le resulta más atractivas?

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
-Hace posible la creación de un ámbito privado en cualquier lugar debido a su reducido tamaño.	12
-La variedad de emisoras y programas permite satisfacer todas las necesidades informativas y recreativas el individuo.	33
-Requiere menor concentración, ya que la percepción exclusivamente es auditiva por lo cual permite compartir con otras actividades simultáneas, sobre todo manuales.	8
-Permite la participación del oyente que interviene de forma activa en los diálogos con el locutor y los que escuchan eso a través de la línea telefónica.	39
Rapidez e inmediatez. Las noticias llegan más rápido que todos los medios, muchas veces en el mismo instante de los hechos.	0
-Fugacidad del mensaje. Se percibe únicamente con el oído y nuestra capacidad de retención auditiva por lo que la permanencia del mensaje es mínima.	11
-Potencia la imaginación. A partir de la palabra el oyente recrea lo que escucha en su imaginación.	17
TOTAL	120

Fuente: Autoría propia



¿Qué características del medio radiofónico le resulta más atractivas?



■ -Hace posible la creación de un ámbito privado en cualquier lugar debido a su reducido tamaño. 12

■ -La variedad de emisoras y programas permite satisfacer todas las necesidades informativas y recreativas el individuo.

■ Requiere menor concentración, ya que la percepción exclusivamente es auditiva por lo cual permite compartir con otras actividades simultáneas, sobre todo manuales.

■ -Permite la participación del oyente que interviene de forma activa en los diálogos con el locutor y los que escuchan eso a través de la línea telefónica.

■ Rapidez e inmediatez. Las noticias llegan más rápido que todos los medios, muchas veces en el mismo instante de los hechos.

■ -Fugacidad del mensaje. Se percibe únicamente con el oído y nuestra capacidad de retención auditiva por lo que la permanencia del mensaje es mínima.

■ -Potencia la imaginación. A partir de la palabra el oyente recrea lo que escucha en su imaginación.

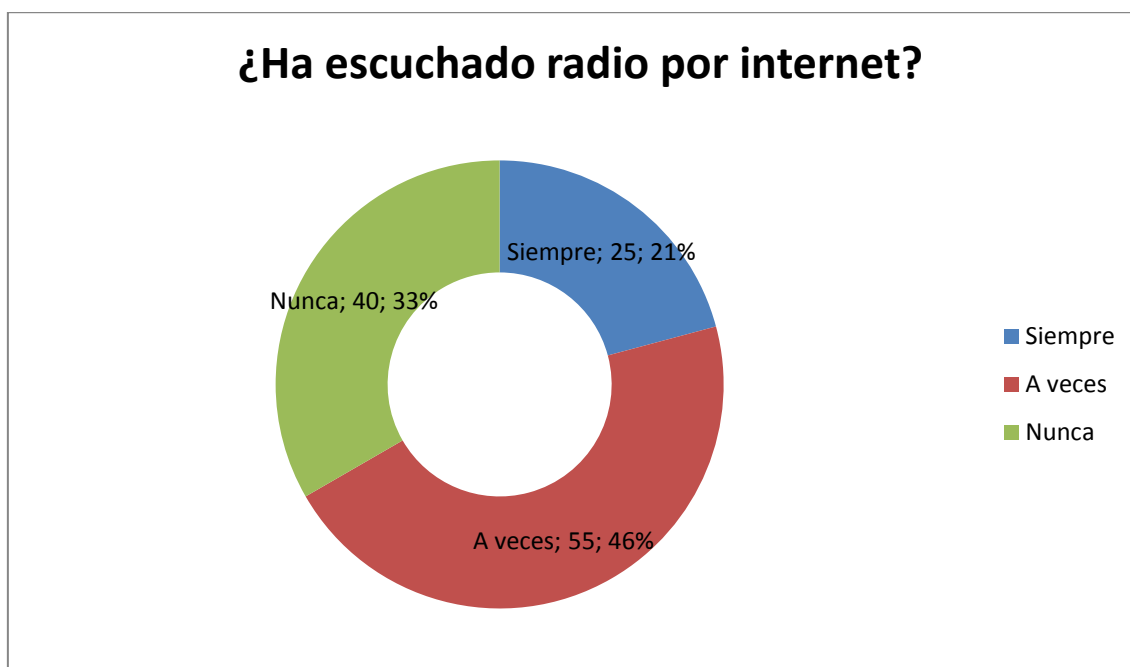
Interpretación de resultados.- Se consultó ¿Qué características del medio radiofónico le resulta más atractivas? Y de entre varias alternativas presentadas se destaca la opción que más han tomado en consideración, la mayoría de los encuestados, con un total de 39 siendo esta: “Permite la participación del oyente que interviene de forma activa en los diálogos con el locutor y los que escuchan eso a través de la línea telefónica”, que equivale al 33%.

5. ¿Ha escuchado radio por internet?

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Siempre	25
A veces	55
Nunca	40
TOTAL	120



Fuente: Autoría propia



Interpretación de resultados.- En la presente pregunta se obtuvieron los siguientes resultados: 25 de los 120 encuestados respondieron que Siempre con el 21%, 55 dijeron que a veces con el 46% y, 40 respondieron que nunca han escuchado radio por internet que representa al 33%. Esto significa que hay un gran grupo de personas que suelen escuchar radio a través del internet.

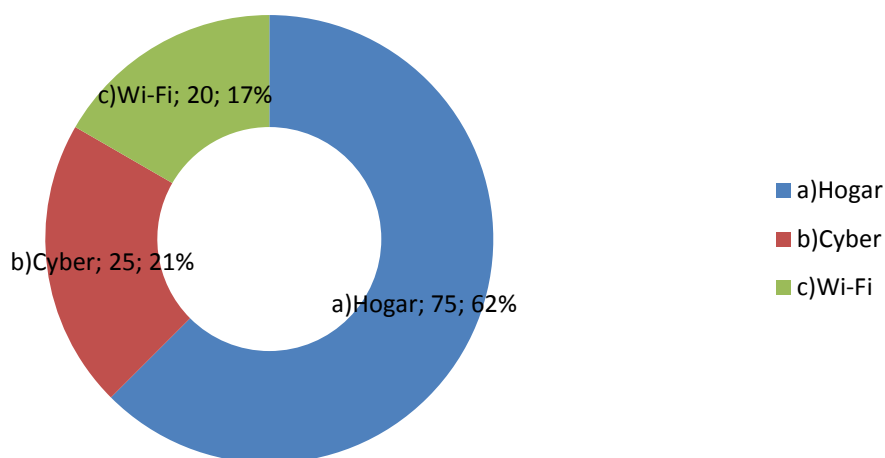
6. ¿Desde dónde accede a internet?

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
a)Hogar	75
b) Ciber	25
c)Wi-Fi	20
TOTAL	120

Fuente: Autoría propia



¿Desde dónde accede a internet?



Interpretación de resultados.- Hoy en día existe un gran grupo de personas que gozan del servicio del internet en su hogar. Es así que al consultarles ¿Desde dónde accede a internet? Casi la mayoría es decir de los 120 encuestados 75 respondieron que acceden al internet desde su hogar es decir el 62%. Los encuestados restantes acceden a internet desde un Ciber privado 21% y Wi-Fi público 17%.

7. ¿Qué uso le das o le darías a la radio online?

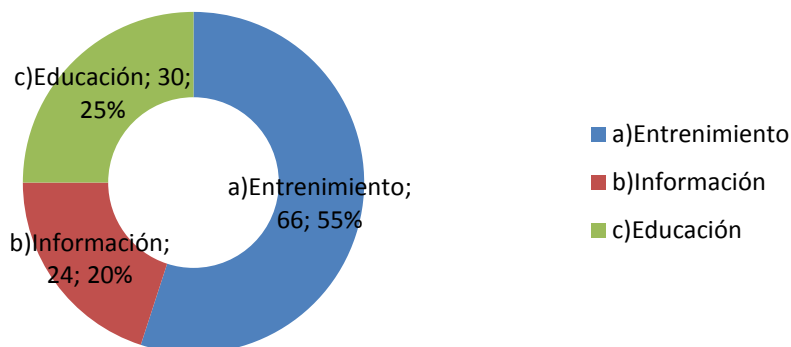
RESPUESTAS	ENCUESTADOS
a) Entretenimiento	66
b) Información	24
c) Educación	30
TOTAL	120

Fuente: Autoría propia





¿Qué uso le das o le darías a la radio online?

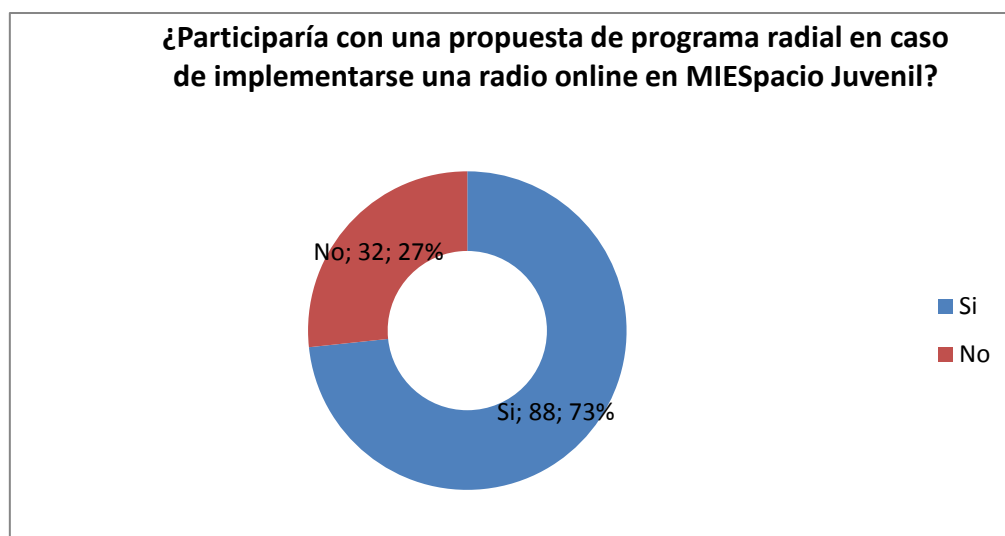


Interpretación de resultados.- A 66 personas de los 120 encuestados, es decir el 55% les gustaría dar a una radio online el uso para el entretenimiento exclusivamente, mientras que 24 para la información con el 20% y 30 para la educación que representa al 25%. Lo que significa que existe mayor interés por el entretenimiento que para informarse o para educarse.

8. ¿Participaría con una propuesta de programa radial en caso de implementarse una radio online en MIESpacio Juvenil?

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Si	88
No	32
TOTAL	120

Fuente: Autoría propia



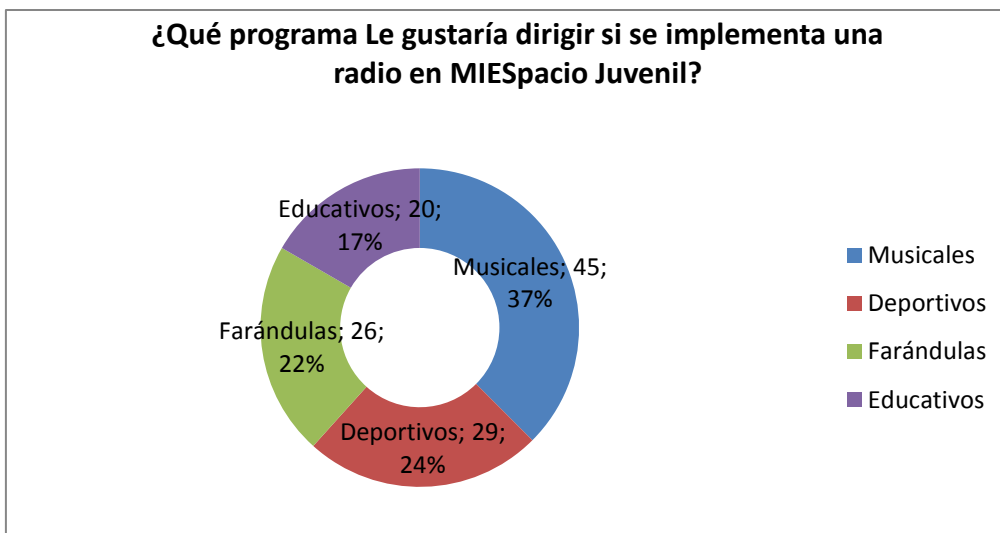
Interpretación de resultados.- Se consultó a los 120 encuestados ¿Participaría con una propuesta de programa radial en caso de implementarse una radio online en MIESpacio Juvenil? De los cuales 88 respondieron afirmativamente y 32 negativamente con un porcentaje de 73% y 27 % respectivamente.

9. ¿Qué programa Le gustaría dirigir si se implementa una radio en MIESpacio Juvenil?

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Musicales	45
Deportivos	29
Farándulas	26
Educativos	20
TOTAL	120

Fuente: Autoría propia





Interpretación de resultados.- Al consultar que programa de radio le gustaría dirigir se obtuvo las siguientes respuestas: 45 respondieron programas musicales, 29 programas deportivos, 26 farándulas, y 20 contestaron educativos que corresponde al 37%, 24%, 22% y 17% respectivamente.

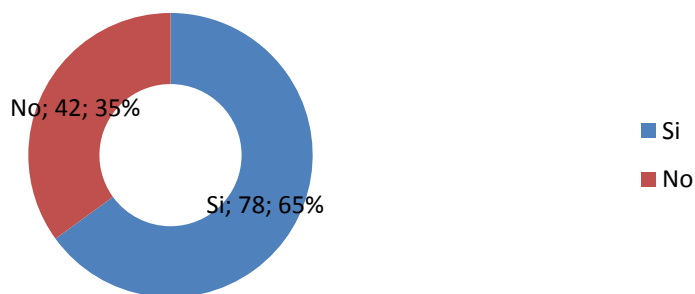
10. ¿Le gustaría recibir talleres de locución, producción radial y relaciones humanas para así llevar a cabo un programa en radio?

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Si	78
No	42
TOTAL	120

Fuente: Autoría propia



¿Le gustaría recibir talleres de locución, producción radial y relaciones humanas para así llevar a cabo un programa en radio?



Interpretación de resultados.- Al preguntar si ¿Le gustaría recibir talleres de locución, producción radial y relaciones humanas para así llevar a cabo un programa en radio? De los 120 encuestados en su mayoría respondieron que sí, es decir al 65% si les interesa recibir talleres de locución, relaciones humanas, animación y producción radial.

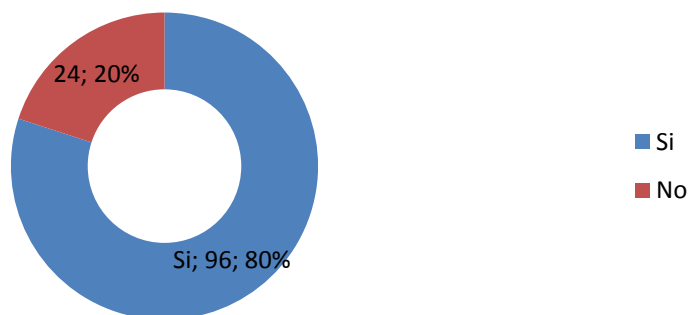
11.¿En caso que se implemente una radio juvenil, si escucharía?

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Si	96
No	24
TOTAL	120

Fuente: Autoría propia



¿En caso que se implemente una radio juvenil, si escucharía?



Interpretación de resultados.- Se preguntó a los 120 encuestados lo siguiente: ¿En caso que se implemente una radio juvenil, si escucharía? 96 respondieron que si escucharían, que representa al 80% y 24 contestaron que no, que es el 20%. Lo que significa que si habría la aceptación de una radio juvenil por parte de los oyentes.

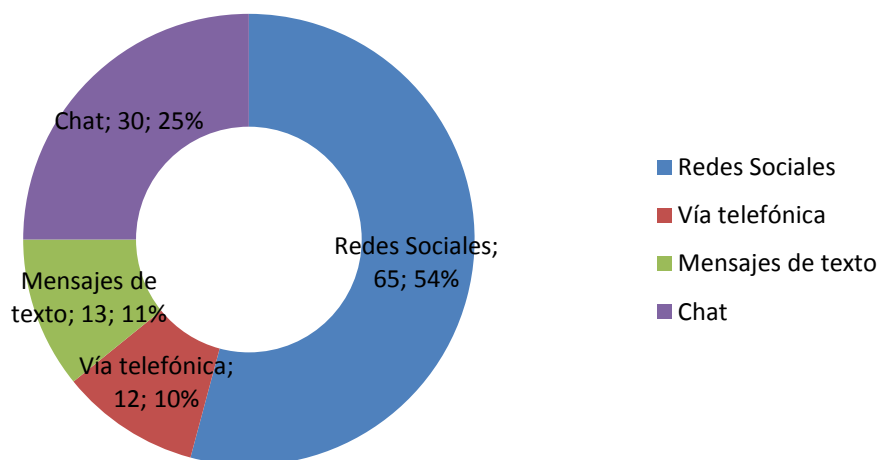
12. ¿De qué manera le gustaría participar si fuera oyente de la radio?

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Redes Sociales	65
Vía telefónica	12
Mensajes de texto	13
Chat	30
TOTAL	120

Fuente: Autoría propia



De qué manera le gustaría participar si fuera oyente de la radio?



Interpretación de resultados.- En la presente pregunta se obtuvo los siguientes resultados: Redes sociales 65 con el 54%, Vía telefónica 12 con el 10%; mensajes de texto 13 con el 11%; y Chat 30 con el 25%. Podemos darnos cuenta que a las personas les gusta participar o le dedican más tiempo a las redes sociales, especialmente Facebook y Twitter.



CAPITULO III

3. ANÁLISIS DE VIABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD

Tras haber realizado la recolección de datos y estudio de factibilidad en la sede de MIEspacio Juvenil de Azogues y en tres colegios de la ciudad (a través de entrevistas y encuestas), los aspectos que hacen viable al proyecto de radio Voz Juvenil Online son los siguientes:

Internet propio: De los 120 encuestados, los 75, que representa el 62 % tienen internet en su hogar y 45, que representa el 38 %, utilizan servicios pagados o gratuitos en Ciber café y conexión vía Wi-Fi, lo que facilita el acceso a una radio virtual en cualquier horario y desde cualquier lugar.

Uso de radio on-line

El 55% de los encuestados escucharía radio por internet por entretenimiento, el 25% por programas informativos y el 20% por productos comunicacionales educativos. Esto permitirá que puedan escuchar la radio Voz Juvenil On-line por contener variedad de programación.

Frecuencia de escuchar radio

De acuerdo a las encuestas realizadas, el 66% escucha radio siempre, el 26% escucha radio a veces, frente al 8% de encuestados que no escuchan radio.

Horario para escuchar radio online

El 49% de los encuestados, escucha radio por internet en las noches, mientras que el 33% por las tardes y una minoría en las mañanas y medio día. Lo que implica mayor sintonía en las tardes y noches.

Escuchar la radio juvenil

Según las encuestas realizadas a jóvenes de entre 14 y 19 años, el 80% respondió que si escucharía la radio, mientras que el 20% dijo que no. Lo que revela el apoyo la implementación de una radio on-line para jóvenes.





Participación en el proyecto

En las encuestas realizadas a jóvenes de entre 14 y 19 años que sí les gustaría participar en el proyecto con una propuesta de un programa radial el 80% respondieron que sí lo harían, mientras el 20% respondieron que no. Lo que supone una participación numerosa el proyecto de la radio.

3.1 Sostenibilidad de la radio

La radio Voz Juvenil Online al ser una radio pública, sin fines de lucro será financiada por:

- Las autoridades del MIES distrito Azogues, deberán elaborar un Programa Operativo Anual (POA) que sirva para financiar las transmisiones de la radio.
- Se utilizará una parte del presupuesto destinado para juventudes.
- Se utilizará parte del presupuesto designado para la difusión de eventos en medios televisivos, radiales e impresos que anualmente recibe la unidad de MIESpacio Juvenil.
- En caso de existir convenios con el GADs de Azogues, Cañar, Biblián, La Troncal y otras entidades del sector público, serán dichas instituciones quienes aporten económicamente por el pautaaje de publicidad.

3.2 Políticas para la creación

Estructura financiera y equipamiento.- Para la ejecución del proyecto el presupuesto es de 5 061 dólares americanos. Los 4 061 servirán para la adecuación del espacio físico, la compra de equipos, suministros y materiales de la radio y los 1000 para la realización de los talleres de locución y producción radial.

Estructura Operativa.- En esta etapa de ejecución del proyecto se realizará el procesos de socialización y convocatoria a participar de la propuesta, luego el lanzamiento del proyecto, en el cual se receptorán inscripciones de jóvenes que deseen participar en los talleres de capacitación, posterior a eso se





realizará la selección del personal y finalmente, la evaluación de personal para el inicio del ciclo de programación de la radio.

Estructura organizacional.- La estructura organizativa será de nivel vertical simple con una línea de mando en los principales funcionarios del MIES y MIESpacio Juvenil de Azogues y con el aporte y participación de los jóvenes participantes en los talleres de locución y producción radial.

3.3 Estructura técnica- tecnológica y funcional

Como parte de la realización del proyecto, en lo que respecta la estructura técnica, tecnológica y funcional de la radio, empezará con la adecuación e instalación de los equipos, la creación de la página web con streaming, dominio y hostiga para el funcionamiento de la radio, luego de instalada la radio, iniciará la fase de pruebas, después la promoción y difusión de la radio en los diferentes medios para llegar a la audiencia, posterior a eso se realizará el lanzamiento de la radio online e inicio del ciclo de programación regular en las distintas franjas horarias con productos comunicacionales en los diferentes formatos. Finalmente el ciclo de programación concluirá con el cierre de temporada en todos los programas emitidos con una la evaluación respectiva.

3.4 Propuesta de participación para jóvenes en talleres

Para desarrollar el proceso de pre-producción, producción y pos-producción se promueve la participación de jóvenes y adolescentes del cantón Azogues de entre 14 y 24 años, quienes producirán material radiofónico con el objetivo de posicionar en la audiencia su voz, expresiones y opiniones sobre diversas temáticas que se aborden durante el ciclo de programación radial desde la cabina central.

Su participación puede ser individual o grupal en la preproducción, producción y post producción de los productos radiales, dependiendo de sus habilidades, aptitudes y destrezas.

Cada programa estará centrado en temáticas definidas, para ello se producirán vox populi, cuñas, jingles, spots y opiniones, resaltando la estructura de los





misimos, en co-producción con los jóvenes y adolescentes vinculados a este proceso.

3.5 Propuesta para el funcionamiento de la radio online “Voz Juvenil”

Art .1.- Misión

Aportar desde la perspectiva de la comunicación y la radio educativa a la formación integral de los jóvenes y señoritas, creando y sosteniendo un espacio público online, inclusivo y participativo de intercambio de conocimientos y experiencias que den lugar a un aprendizaje reflexivo y significativo en el marco del Plan Nacional del Buen Vivir.

Brindar un espacio de libre expresión a los estudiantes de colegios, universidades, artistas y radio aficionados, para que expongan sus productos comunicacionales, trabajos discográficos y música en vivo, para así contribuir a la construcción de saberes, buscando rescatar los principios y valores.

Art .2.- Visión

Consolidarse para el año 2017 como una radio juvenil que aporte a la defensa de los derechos de los niños y jóvenes, así como el medio de comunicación educativo más escuchado por la calidad de su programación.

Art.3.- De la accesibilidad y viabilidad

El proyecto de implementación de la radio On-line Voz Juvenil es viable, por cuanto en las encuestas realizadas a 120 personas, proyectan una clara aceptación para escuchar la radio en caso de implementarse. De los 120, los 96 aceptan el plan, representando el 80%, mientras que 24 dijeron que no, con apenas un 20%.

De los 120 encuestados, los 88 desean participar con una propuesta para la radio, representa un 73% de aceptación, mientras los 32 restantes, 27% no desean participar.





Para la accesibilidad a internet, de los 120 encuestados, los 75 tienen acceso a internet en sus hogares, es decir un 62 % y los 45 restantes, un 38%, utilizan Ciber y Wi-Fi.

Por lo expuesto anteriormente, la propuesta de la creación de la radio es viable.

Art.4.- De las normativas

La radio online “Voz Juvenil” estará normada por la ley de Comunicación así como por la Constitución del Estado para su funcionamiento.

Art.- 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art.- 9.- Códigos deontológicos.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deberán expedir por sí mismos códigos deontológicos orientados a mejorar sus prácticas de gestión interna y su trabajo comunicacional. Estos códigos deberán considerar las normas establecidas en el artículo 10 de esta Ley. Los códigos deontológicos no pueden suplir a la ley.

Art.-15.- Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes.- Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.

Los mensajes que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la re-victimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros.

La re-victimización así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo a lo establecido en el





Código de la Niñez y Adolescencia, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 5 a 10 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

Art.5.- De los propósitos:

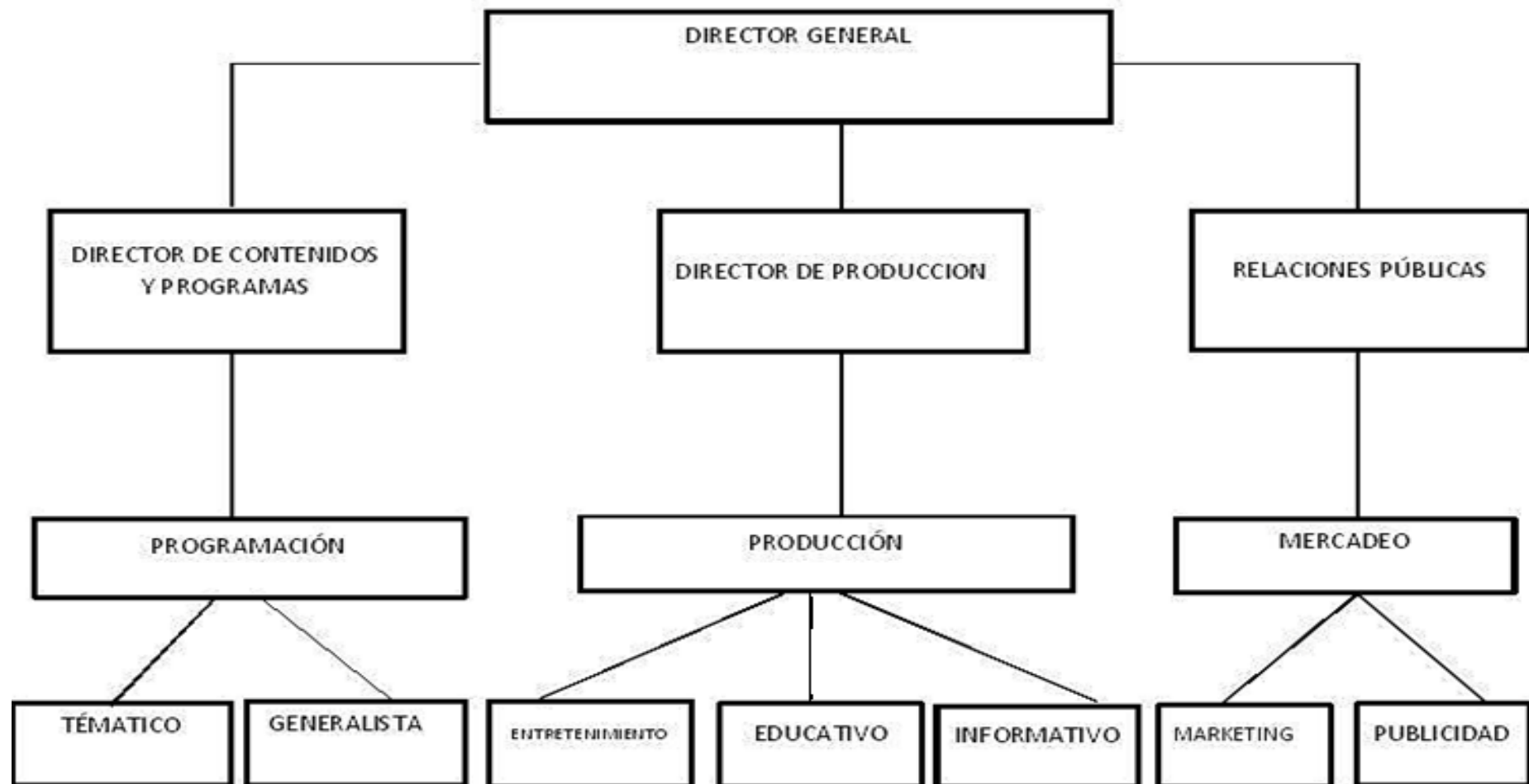
- Propiciar un espacio de exposición, dialogo y debate para los jóvenes de los colegios y grupos juveniles.
- Formar líderes juveniles en comunicación.
- Propender la vox populi como temática a los problemas de interés colectivo.
- Promover la asociación de radios virtuales de MIESpacio, para poder constituir la red de radios” MIESpacio Juvenil Ecuador”
- Constituirse en un medio virtual que aporte al Sumak Kawsay y los derechos de los niños y los jóvenes.

Art.6.- De la duración:

El proyecto de implementación de la radio virtual tendrá una duración de 6 hasta máximo 8 meses. El proyecto iniciará con la presentación, luego con la socialización, posteriormente con la capacitación y por ultimo con el lanzamiento, ciclo de programación y evaluación.

En este periodo de tiempo se deberá cumplir todo lo propuesto en el cronograma de actividades.



**Art.7.- De la organización:**



Art.8.- De las funciones

- El Director General será el Director del MIES distrito Azogues.
- EL director de Contenidos será el Comunicador Social del MIES distrito Azogues.
- El director de producción será el técnico de la radio.
- El área de Relaciones Publicas estará precedida por la Coordinadora de MIESpacio Juvenil.
- Los reporteros y locutores serán seleccionados del grupo de jóvenes que participarán en los talleres.
- El grupo de Etiqueta y Protocolo estará conformado por las señoritas que asistan a MIESpacio Juvenil y en el caso de no existir el número suficiente de señoritas, serán seleccionadas otras de los colegios de la localidad.

Art.9.- De la sostenibilidad:

La radio Online “Voz Juvenil” al ser una radio pública, sin fines de lucro será financiada por:

- Las autoridades del MIES distrito Azogues, deberán elaborar un Programa Operativo Anual (POA) que sirva para financiar las transmisiones de radio.
- Presupuesto anual del MIES
- Presupuesto de MIESpacio Juvenil
- En caso de existir convenios con el GAD de Azogues y otras entidades del sector público, serán dichas instituciones quienes aporten económicamente por el pautaaje de publicidad.

Art.10.- Imagen corporativa

Del logotipo: El logotipo para la radio fue un consenso con los jóvenes que participan de los talleres, en lo cual se considera la utilización de los colores amarillo, azul y rojo, así como del logotipo característico del MIES.





Del eslogan: Para seleccionar el eslogan para la radio, se realizó votación y partir de un acuerdo entre la mayoría de los participantes en los talleres, se optó por dos.

“MIEStereo preferido” y “MIEStación favorita”



Página web: La página web será elaborada bajo parámetros institucionales de MIES y MIESpacio Juvenil, así como de un consenso entre autoridades y jóvenes que participan de los talleres.

Redes sociales:

Facebook: Se creará una página en donde consten datos de la radio, fotografías, videos y comunicados de difusión y promoción.

Twitter: Se elaborará una cuenta en Twitter para promocionar e informar desde esta plataforma virtual.



Art.11.- De la programación:

Parrilla de programación

Para la elaboración de la parrilla de programación se receptarán propuestas y proyectos, luego de los talleres que reciban los estudiantes que participen. A partir de una evaluación y estudio se seleccionarán los que estén dentro de las políticas de la radio. Dicha selección lo realizará el director general y el director de programas y contenidos.

Formato para la descripción del programa

Nombre del programa	“LO DICES TU O LO DIGO YO”
Duración	1 hora (55 minutos de programa y 5 de publicidad)
Género y Formato	Cultural , Social , Musical e Informativo en formato de charla y dialogo
Horario de emisión	Sábados de 8:00 a 9:00
Resumen	Temas y problemáticas de interés colectivo
Frecuencia	Todos los sábados
Target	Dirigido a público joven y adulto
Recursos humanos	-3 Locutores -Técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador pista de música
Desarrollo del programa	-Presentación del tema 2 min -Saludo de bienvenida 1min -Exposición 5 min -Entrevista 15min -Charla y debate 24min -Conclusiones individuales 5min -Conclusiones y recomendaciones finales 3 min



	El programa será en vivo o grabado previo a su emisión y con reproducción en la cadena de radios de la provincia.
Observaciones	

Art.12.- De la promoción

La radio Online Voz Juvenil al ser un medio radiofónico sin fines de lucro/ no comercial se rige a la siguiente norma:

- No se permitirá la emisión de propagandas religiosas ni comerciales.
- No se emitirán anuncios que vayan en contra del gobierno central y de sus instituciones afines.
- Se dará prioridad a la difusión de eventos culturales, educativos y deportivos donde exista la participación de los jóvenes.
- Se difundirá eventos que organice o participe el MIES, MIESpacio Juvenil e instituciones afines.
- Solo se emitirán boletines de prensa del sector público y de aquellas instituciones que tengan convenios con MIES y MIESpacio Juvenil.

Art.13.- Publicidad:

“Voz Juvenil online” al ser una radio pública, sin fines de lucro solo podrá difundir publicidad del gobierno central, del MIES (Ministerio de Inclusión económica y Social) y MIESpacio Juvenil. Solo en caso de existir convenios con los GAD (Gobiernos Autónomos Descentralizados) y otras instituciones que aporten a la radio, tendrán los mismos, derecho al pautaaje publicitario.



**Art.14.- De las audiencias**

Se realizará una tabla semanal para saber de los seguidores en Facebook, Twitter y de la página web.

Proyección a la audiencia

- Entretenimiento
- Variedades
- Información
- Eventos Especiales.

Art.15.- De las emisiones:

-Los programas que sean seleccionados de acuerdo a la calidad de la propuesta, serán los primeros que salgan al aire.

-Todo programa que haya sido aprobado por los directivos, antes de ser emitido en la radio, deberá ser presentado un demo (versión reducida del programa) por sus integrantes.

- Las propuestas para programas provenientes de grupos juveniles y centros educativos serán evaluados por el Director de Producción y Director General para elegir las mejores. Luego de la aprobación, tendrán ocho días para presentarse al casting los ganadores.

-El horario de los programas dependerá de un estudio de audiencias, para lo cual se realizarán encuestas entre los diferentes colectivos sociales.

-Los programas serán en vivo y otros grabados.

-Las emisiones de programas educativos que vayan a ser reproducidos por otras radios serán en vivo y pregrabadas.

Art.16.- De la continuidad:

La continuidad del proyecto depende del posicionamiento de la radio, lo cual obedece a la calidad de la programación así como de la vinculación con la





comunidad. Para lo cual se realizarán reuniones con los rectores de los colegios para incentivar que participen con una propuesta y en la hora del recreo se escuche a través de los altos parlantes la radio online “Voz juvenil”.

Asimismo, la radio deberá ser sintonizada en las instalaciones de MIEspacio Juvenil y MIES distrito Azogues.

Art.17.- De los productos comunicacionales para su reproducción en otras radios

Los productos comunicacionales con contenidos de calidad, previamente seleccionados y evaluados por los directivos de la radio, serán retransmitidos por las radios del cantón Azogues y la provincia del Cañar.

Dichos programas serán emitidos en el día y el horario que pauten los directivos de la radio y los acreedores de las estaciones participantes.

Asimismo, las emisiones de los productos comunicacionales luego de su presentación, serán reprisados en los días posteriores.

Art.18.- De la vinculación con la comunidad:

- Fomentar la producción, promoción y difusión de programas en el idioma quechua, para la cual se realizará un casting entre las propuestas participantes.
- Incorporar propuestas de programas provenientes de los sectores populares olvidados.
- Formar líderes juveniles en comunicación radial.
- Establecer clubes de periodismo radial entre los jóvenes de los centros educativos.
- Firmar un convenio interinstitucional con la Universidad Católica de Cuenca sede Azogues, para que los estudiantes de la carrera de Comunicación Social realicen sus prácticas en la radio y a la vez sean los capacitadores de más jóvenes.



**Art.19.-Responsabilidad ulterior.**

Será la obligación del conductor del programa asumir las consecuencias administrativas, civiles y penales posteriores a difundir, a través de radio “Voz Juvenil Online “, todo tipo de contenido que lesione los derechos humanos y la seguridad pública del Estado.

Art.20.- Funciones del directorio de la radio.- El directorio tendrá las siguientes funciones:

1. Aprobar las estrategias generales y las políticas específicas del medio.
2. Aprobar las líneas generales de programación.
3. Definir los servicios comunicacionales que desarrollará el medio.
4. Aprobar el presupuesto general del medio.
5. Expedir, reformar y/o aprobar los reglamentos internos del medio.
6. Aprobar el plan de inversiones del medio
7. Las demás que le asigne la ley y reglamentos.

Art.21.- Del cambio directivo

A partir del primero año de funcionamiento de la radio, para el cambio en la directiva se realizará mociones de candidatos y luego de una votación entre los directivos del MIES y MIESpacio Juvenil y representantes de los grupos juveniles saldrán las nuevas autoridades.

Art. 22.- Causales para la destitución de los directivos

Son causas de destitución, sin perjuicio de las acciones y sanciones penales y civiles a que haya lugar:

1. Recibir dádivas o aceptar la promesa de su entrega a cambio de condicionar sus decisiones en el ejercicio de su cargo.
2. Realizar actividades de proselitismo político en el ejercicio de sus funciones.





4. Inasistencia injustificada a más de cuatro sesiones consecutivas a las reuniones.

Art.23.- De los Voluntarios en la radio

Los jóvenes que participen de manera voluntaria en el proyecto de la radio online, no percibirán remuneración alguna por concepto de sus servicios.

Art.24.- Intransferibilidad de la radio

La radio “Voz Juvenil” es de propiedad del MIES y MIESpacio Juvenil, por lo tanto está prohibido todo acto que esté orientado a que otra persona natural o jurídica distinta disfrute o se beneficie del uso de su señal digital.

Art.23.- Rendición de Cuentas

Al final de cada año los directivos de la radio están en la obligación de rendir cuentas de su gestión.

3.6 Características de la radio

País: Ecuador

Provincia: Cañar

Ciudad: Azogues

Dirección: Hermano Miguel entre Cesar Dávila y Che Guevara.

Tipo de medio: Público

Tipo de radio: Educativa - Cultural

Señal: Digital

Alcance: Mundial

Target: Población de 14 a 29 años.





3.6.1 Descripción de la radio

Radio Online Voz Juvenil, al pertenecer a la Unidad MIEspacio Juvenil del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) será una radio pública sin fines de lucro con señal digital, cuyo alcance es mundial.

La radio constará de una página web con hostiga, dominio y streaming y será emitida su señal digital de un servidor de internet de cuatro megas, desde la cabina ubicada en la sala central de MIEspacio Juvenil de Azogues.

Asimismo, para las transmisiones diarias el equipo técnico a utilizar constará de dos computadoras, una consola, una tarjeta de sonido, el cableado, amplificación, cuatro micrófonos, dos audífonos, un monitor de audio, cuatro pedestales

El alcance de la radio será mundial con cobertura digital para radio-escuchas dentro del Ecuador, en el extranjero, en países de Europa, como las comunidades de ecuatorianos en Alemania, España e Italia, en el continente asiático y muy especialmente en Estados Unidos de América, donde habitan la mayor cantidad de migrantes ecuatorianos.

Según el estudio de mercado de audiencias realizado, el grupo de posibles oyentes de radio Voz Juvenil Online será de jóvenes de entre 14 y 29 años.

La programación de la radio será de tipo educativo-cultural-musical con contenidos que promuevan un cambio efectivo en la sociedad, así como la difusión de productos comunicacionales enfocados a entretener, informar y educar a la población. A su vez para la elaboración de la parrilla de programación se receptorán propuestas de programas radiales, luego de los talleres que reciban los estudiantes que participen. A partir de una evaluación minuciosa, se seleccionarán los que estén dentro de las políticas de la radio.

El funcionamiento de la radio será de lunes a domingo, las 24 horas del día.





3.6.1.1 Aspectos técnicos

Para la implementación de la radio se deberán adquirir equipos de calidad con garantía y un servidor de internet fijo de cuatro megas de la empresa CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones).

3.6.1.2 Aspectos tecnológicos

Para la implementación de la radio se necesita la contratación de streaming de audio, un dominio y un hostiga,

El streaming o reproductor de audio de la radio irá colgado en la página web para que escuchen los usuarios. El hostiga y el dominio en cambio serán los espacios contratados, el hostiga para almacenar los archivos de la página en internet y el dominio que contendrá la dirección de la radio, la cual será www.vozjuvenil.com.

3.6.1.3 Aspectos legales

La radio online Voz Juvenil estará regulada por la SUPERCOM (Superintendencia de la Información y la Comunicación) y deberá cumplir lo que establece la LOC (Ley Orgánica de Comunicación) para su funcionamiento, especialmente en la difusión de contenidos. Al emitir música deberá cumplir y respetar lo que dice el artículo 103 de la ley de comunicación “las radiodifusoras deben programar al menos el 50 % de música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador”.

Asimismo, se deberán respetar los estatutos del IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) y de la SAYCE (Sociedad de Autores y Compositores del Ecuador), pues estas dos asociaciones se han creado con el objetivo principal de proteger los derechos de autores y compositores en el Ecuador.

3.7 FACTORES DE RIESGO Y ESTRATEGIAS DE ATENUACIÓN

Todo proyecto de comunicación, aunque esté debidamente planificado para su ejecución, puede atravesar por circunstancias de riesgo. Es por ello necesario





establecer estrategias que puedan aplacar cualquier tipo de problema que a futuro se pueda presentar.

Circunstancia de riesgo

- a) Que no haya suficientes jóvenes que deseen participar en el proyecto.

Estrategias de atenuación

Plantear una campaña de difusión utilizando afiches, banners, hojas volantes, promocionar en periódicos y radios así como firmar convenios con instituciones educativas, para que estos talleres sean parte del campo de participación estudiantil.

Circunstancia de riesgo

- b) A la mitad del proyecto los jóvenes abandonen los talleres.

Estrategia de atenuación

Establecer convenios con las instituciones educativas para que los talleres tengan calificación y sean parte de su proceso de formación educativa.

Incentivar con visita de medios y talleres gratuitos, para lo cual se establecerá relaciones con radios locales así como con la Intendencia Zonal 6 de la Superintendencia de la Comunicación y la Información (SUPERCOR).

Circunstancia de riesgo

- c) Que durante la ejecución del proyecto no haya el apoyo las autoridades del MIES y MIESpacio Juvenil.

Estrategias de atenuación

Para evitar contratiempos durante la ejecución del proyecto se firmará un convenio de cumplimiento de responsabilidad de las partes. También se solicitará la aprobación para la ejecución del proyecto a las autoridades del MIES y MIESpacio Juvenil debidamente notariada.

Circunstancia de riesgo





- d) Que los equipos sufran daños.

Estrategias de atenuación

Durante la compra de equipos se solicitará la garantía de un año para arreglos y reparaciones.

Circunstancia de riesgo

- e) Que no haya el suficiente espacio físico para dictar los talleres

Estrategias de atenuación

En caso de no existir suficientes aulas e infocentros equipados para los talleres, se pedirá utilizar las salas de actos en la sala central del MIES o las aulas de los CIBV (Centros infantiles del buen vivir).

Circunstancia de riesgo

- f) Que la radio tenga escasa audiencia.

Estrategia de atenuación

Realizar campañas informativas constantes para dar a conocer la existencia de radio, utilizando redes sociales, periódicos, hojas volantes y afiches.

Incentivar al oyente el ingreso a la radio on-line para su participación mediante llamadas telefónicas, mensajes de texto y concursos en redes sociales.

Establecer la obligatoriedad que la radio esté encendida en las computadoras de los servidores públicos del MIES así como pedir en los horarios de recreo de las instituciones educativas participantes en el proyecto, se escuche la señal de la radio on-line.



CAPITULO IV

4. REALIZACIÓN DEL PROYECTO DE RADIO ON-LINE VOZ JUVENIL

4.1 Nombre del proyecto:

Implementación de la radio On-line Voz Juvenil en la sede de MIESpacio Juvenil de Azogues

El nombre de la radio on-line Voz Juvenil fue un consenso entre los directivos del MIES, MIESpacio Juvenil, voluntarios y jóvenes que asisten a los talleres.

Responsable del proyecto:

Pablo Danilo Verdugo Sanango.

4.2 Localización geográfica:

El proyecto será ejecutado en la sede de MIESpacio Juvenil.

País: Ecuador

Provincia: Cañar

Ciudad: Azogues

Dirección: Hermano Miguel, entre Cesar Dávila y Che Guevara.

4.3 Público objetivo:

4.3.1 Beneficiarios directos:

Jóvenes que asisten a los talleres de MIESpacio Juvenil y directivos del MIES distrito Azogues.

4.3.2 Beneficiarios indirectos:





Jóvenes de los colegios y universidades, artistas y radio aficionados, quienes dispondrán de un nuevo medio de comunicación, el cual se constituirá en un espacio de participación.

Tipo de medio: Público

Target: Población juvenil de 12 a 29 años.

Alcance: La señal tiene un alcance mundial.

4.5 Propuesta de la Duración del proyecto:

El tiempo de duración del proyecto de la radio Online Voz Juvenil es de ocho meses. Sin embargo, recalcar que el proyecto puede llegar a consolidarse luego de su lanzamiento.

4.5.1 ANTECEDENTES

A partir del decreto presidencial 580 y 1 356, mediante el cual se cambia de nombre de Ministerio de Bienestar Social a Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), dado y firmado el 23 de agosto de 2007 por el mandatario Rafael Correa, inicia en el país un modelo de inclusión y aseguramiento, que genere oportunidades para que los ciudadanos (as) superen su condición de pobreza.

Este nuevo enfoque institucional se centra en dos áreas: Inclusión al Ciclo de Vida y la Familia y Aseguramiento para la Movilidad Social.

En el caso de MIESpacio Juvenil se crea en el 2012 a nivel nacional y en abril del 2013 en Azogues, la cual fue una propuesta realizada por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) para que los jóvenes y adolescentes realicen talleres, actividades formativas, recreativas, culturales y deportivas, con la intención de revitalizar el papel de los y las jóvenes y adolescentes, como actores sociales estratégicos, y potenciar su participación en los diferentes espacios desde una concepción integral, solidaria y de equidad social.

El objetivo de estos centros, según el modelo de gestión y cobertura, y la norma técnica de espacios juveniles, diseñada por la Dirección de Juventud





perteneciente a la Dirección de Atención Intergeneracional, es incluir a los jóvenes como grupo de atención prioritaria y como actores estratégicos del desarrollo social del país.

En este sentido, la imagen corporativa y organizacional, así como la producción de material gráfico audiovisual, fotográfico y digital del MIES para su difusión, se centra en medios de comunicación como: la página virtual www.inclusion.gob.ec, la revista MIESpacio, informes de gestión anual, redes sociales (Facebook y Twitter) de manera directa y de manera indirecta en los periódicos “El Telégrafo” y “El Ciudadano”, así como radio y televisión “Pública”, con corresponsalías en casi todas las ciudades de país. En el caso de MIESpacio Juvenil, los soportes comunicativos y de difusión de sus servicios y atención son las redes sociales, especialmente Facebook y Twitter.

4.5.2 JUSTIFICACIÓN

La Implementación de la radio “Voz Juvenil Online ” en la sede de MIESpacio Juvenil en Azogues” intenta contribuir al fortalecimiento de la comunicación en los adolescentes y jóvenes, proponiendo un espacio educativo y ciudadano, de inclusión, diálogo y debate con los estos como actores democráticos activos, en los temas de interés colectivo, para propender espacios inclusivos, utilizando la radio como una plataforma, donde se desarrollen los valores, los principios, así como deberes y obligaciones que permitan un cambio efectivo en su conducta.

La implementación de éste medio de comunicación radial será sin fines de lucro y su misión principal será intentar el acercamiento de las y los jóvenes a un espacio inclusivo, participativo y educativo, donde los actores puedan interactuar libremente como garantiza la Constitución del Estado y la Ley Orgánica de Comunicación; el derecho a la libertad de expresión y opinión, donde en su artículo 17 dice:” Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley”.





Asimismo, con este proyecto se pretende crear conciencia sobre temas, enfermedades y problemáticas sociales que afectan a los adolescentes y jóvenes, para buscar combatirlos a través de la búsqueda de espacios donde invertir el tiempo, realizando actividades culturales, deportivas y recreativas que permitan un sano esparcimiento y una convivencia plena entre sus integrantes.

Institucionalmente, para el MIES y MIESpacio Juvenil, la radio on-line “Voz Juvenil” es un elemento necesario dentro del campo mediático y comunicacional, pues, las dos instituciones promoverían la difusión y promoción de sus servicios, así como se constituiría en el principal medio para el informe de gestiones y rendición de cuentas.

Además, con este proyecto se buscaría articular las radios virtuales que se implementen a partir de esta iniciativa en las demás ciudades del país, que cuentan con MIESpacio, con el afán de constituir una asociación y posterior a eso, instituir la red de radios, que se llamaría “Red de Radios MIESpacio Juvenil del Ecuador”.

Finalmente, es de menester reconocer que el talento humano está presente en los jóvenes que asisten a la unidad MIESpacio Juvenil, que complementados con los requerimientos técnicos, tecnológicos e informáticos se cumplirían los objetivos.

4.5.3 OBJETIVO GENERAL:

- Implementar una radio on-line en la sede de MIESpacio Juvenil de Azogues, como un medio inclusivo y participativo en la formación integral de las y los jóvenes en el marco del Plan Nacional del Buen Vivir

4.5.4 ESPECÍFICOS:

-Generar espacios de participación juvenil que permitan fomentar el diálogo, el análisis y el debate, para la construcción de saberes acerca de temas de interés individual y colectivo.





- Promover el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación como herramientas alternativas para la creación de medios.
- Aportar desde la perspectiva de la comunicación y la radio educativa a la formación integral de las y los jóvenes,
- Fortalecer los conocimientos, habilidades y destrezas comunicativas de las y los jóvenes a través de la creación de sus propios productos radiales.
- Elaborar producciones radiales con la participación de las y los jóvenes para dar cuenta de este proceso.

4.5.5 METAS:

- Propiciar un espacio de exposición, dialogo y debate para los jóvenes de los colegios, universidades y grupos juveniles.
- Establecer clubes de periodismo radial entre los jóvenes de los centros educativos.
- Capacitar al menos 30 jóvenes en comunicación radial.
- Propender la vox populi como temática a los problemas de interés colectivo.
- Promover la asociación de radios virtuales de MIESpacio, para poder constituir la red de radios” MIESpacio Juvenil Ecuador”
- Constituirse en un medio virtual que aporte al Sumak Kawsay y los derechos de los niños, niñas y jóvenes.

4.5.6 MARCO JURÍDICO

Las radios por internet, a diferencia de las radios analógicas, no necesitan de la concesión de frecuencia, ni tampoco son parte del espectro radioeléctrico, pero si tienen un marco jurídico a cual regirse para su funcionamiento, especialmente en la difusión de contenidos.





El Ecuador tiene las normativas de la constitución, así como una Ley Orgánica de Comunicación (LOC). La Constitución Política del Estado es la norma jurídica suprema positiva que rige la organización de un Estado, estableciendo: la autoridad, la forma de ejercicio de esa autoridad, los límites de los órganos públicos, definiendo los derechos y deberes fundamentales de los ciudadanos y garantizando la libertad política y civil del individuo. En cambio la ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

a) La constitución de Ecuador reglamenta:

Comunicación e información

Art. 16.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.-El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como





el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelar que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

Art. 18.-Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley.

En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.-La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.-El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación (Tribunal Supremo Electoral, 2008)

b) La Ley Orgánica de Comunicación reglamenta:





Art.- 4.- Contenidos personales en internet.- Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

Art.- 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art.- 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art.- 9.- Códigos deontológicos.- Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deberán expedir por sí mismos códigos deontológicos orientados a mejorar sus prácticas de gestión interna y su trabajo comunicacional. Estos códigos deberán considerar las normas establecidas en el artículo 10 de esta Ley. Los códigos deontológicos no pueden suplir a la ley.

Art.-13.- Principio de participación.- Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación.

Art.-15.- Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes.- Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.





Art.-16.- Principio de transparencia.- Los medios de comunicación social difundirán sus políticas editoriales e informativas y su código deontológico en portales web o en un instrumento a disposición del público.

Derechos de libertad

Art.-17.- Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

Art.- 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.- Para efectos de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos-I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos.

Art.-61.- Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil. Idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación





sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los Instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación.

Art 32.-Protección integral de las niñas, niños y adolescentes.- Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación ni estigmatización alguna.

Los mensajes que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la re victimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros.

La re victimización así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo a lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 5 a 10 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.

A rt.-71.- Responsabilidades comunes.- La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas.

Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión:

1. Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad;





2. Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de Interés general;
3. Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas;
4. Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo;
5. Contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad;
6. Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados;
7. Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas.
8. Promover el diálogo Intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales;
9. Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos; y,
10. Propender a la edu-comunicación.

Art.- 78.- Definición.- Los medios públicos de comunicación social son personas jurídicas de derecho público.

Se crearán a través de decreto, ordenanza o resolución según corresponda a la naturaleza de la entidad pública que los crea.

Los medios públicos pueden constituirse también como empresas públicas al tenor de lo establecido la Ley Orgánica de Empresas Públicas.

La estructura, composición y atribuciones de los órganos de dirección, de administración, de control social y participación de los medios públicos se establecerán en el instrumento jurídico de su creación. Sin embargo, la estructura de los medios públicos siempre contará con un consejo editorial y un consejo ciudadano, salvo el caso de los medios públicos de carácter oficial.





Art.- 80.- Objetivos.- Los medios de comunicación social públicos tendrán los siguientes objetivos:

1. Producir y difundir contenidos que fomenten el reconocimiento de los derechos humanos, de todos los grupos de atención prioritaria y de la naturaleza;
2. Ofrecer servicios de información de relevancia pública veraz, verificada, oportuna y contextualizada, con respeto a los principios de independencia profesional y pluralismo;
3. Facilitar el debate democrático y la libre expresión de opiniones;
4. Fomentar la igualdad de género y la interculturalidad;
5. Impulsar el intercambio de información y el conocimiento mutuo entre los pueblos de América Latina y el mundo;
6. Promover la producción y difusión de contenidos audiovisuales nacionales;
7. Buscar y ejecutar mecanismos de cooperación y enlace con medios públicos a nivel nacional e internacional;
8. Implementar espacios para la promoción de las actividades productivas del país; y,
9. Ofrecer contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento que contribuyan al buen vivir.

Art.-81.- Financiamiento.- Los medios públicos, con excepción de los medios públicos oficiales, se financiarán con recursos de la institución respectiva. Subsidiariamente se financiarán de la siguiente forma:

1. Ingresos provenientes de la venta de publicidad.
2. Ingresos provenientes de la comercialización de sus productos comunicacionales;
3. Con los fondos provenientes de donaciones, patrocinios y cooperación nacional e internacional.





Art.- 83.- Medios de comunicación públicos de carácter oficial.- Las Funciones del Estado y los gobiernos autónomos descentralizados están facultados a crear medios de comunicación públicos de carácter oficial, los cuales tienen como objetivo principal difundir la posición oficial de la entidad pública que los crea en relación a los asuntos de su competencia y los de interés general de la ciudadanía, cumpliendo con las responsabilidades comunes a todos los medios de comunicación establecidas en el Art.71 de esta Ley.

Los medios oficiales se financiarán exclusivamente con presupuesto de la función o del gobierno autónomo descentralizado que los crea y los ingresos provenientes de la venta de publicidad a instituciones del sector público.

Art.- 91.- Archivo de soportes.- Toda la programación y la publicidad de los medios de comunicación de radiodifusión sonora y de televisión deberá grabarse y se conservará hasta por ciento ochenta días a partir de la fecha de su emisión.

Art.-102.-Fomento a la producción nacional y producción nacional independiente.-

Los medios de televisión abierta y los sistemas de audio y video por suscripción que tengan dentro de su grilla de programación uno o más canales cuya señal se emite desde el territorio ecuatoriano, adquirirán anualmente los derechos y exhibirán al menos dos largometrajes de producción nacional independiente. Cuando la población residente o el número de suscriptores en el área de cobertura del medio de comunicación sea mayor a quinientos mil habitantes, los dos largometrajes se exhibirán en estreno televisivo y sus derechos de difusión deberán adquirirse con anterioridad a la iniciación del rodaje.

A rt.-103.- Difusión de los contenidos musicales.- En los casos de las estaciones de radiodifusión sonora que emitan programas musicales, la música producida, compuesta o ejecutada en Ecuador deberá representar al menos el



50% de los contenidos musicales emitidos en todos sus horarios, con el pago de los derechos de autor conforme se establece en la ley.

Están exentas de la obligación referida al 50% de los contenidos musicales, las estaciones de carácter temático o especializado (Superintendencia de la Información y Comunicación, 2013)

4.5.7 METODOLOGÍA

La obtención de información se dio a través de la técnica de recolección de datos, como son la entrevista y la encuesta, sobre la necesidad de la implementación de una radio para los jóvenes. La entrevista arrojaría datos que aportarían los antecedentes; y la encuesta y cuestionario, si el proyecto era factible. Con la utilización del método bibliográfico, se recopiló la información necesaria para sustentar el proceso de su creación.

4.5.8 Matriz de marco lógico

LÓGICA DE LA INTERVENCIÓN	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
OBJETIVO GENERAL -Implementar una radio on-line en la sede de MIEspacio Juvenil de Azogues, como un medio inclusivo y participativo en la formación integral	Radio Voz Juvenil Online funcionando el 100%.	Formato de producción y programación establecidas.	Equipos obsoletos que no sirvan para el buen funcionamiento de la radio. Deficiencias en los equipos tecnológicos.



de las y los jóvenes en el marco del Plan Nacional del Buen Vivir.			<p>Ausencia de jóvenes, comprometidos con el proyecto.</p> <p>Falta de presupuesto para poner en marcha el proyecto.</p>
<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Generar espacios de participación juvenil que permitan fomentar el diálogo, el análisis y el debate, para la construcción de saberes acerca de temas de interés individual y colectivo.</p> <p>Promover el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación</p>	<p>El 100% de estudiantes deberán someterse a debates en forma individual y grupal sobre temas de interés</p> <p>Todos los estudiantes deberán utilizar los equipos y</p>	<p>Grabaciones y fotografías de las actividades.</p> <p>Presentación de trabajos digitales creados con la utilización de las</p>	<p>Nula participación de los jóvenes en los debates.</p> <p>Fallas de último momento en los equipos y servicio de internet.</p>



como herramientas alternativas para la creación de medios.	tecnologías para crear medios alternativos.	Tics.	
Aportar desde la perspectiva de la comunicación y la radio educativa a la formación integral de las y los jóvenes.	Todos los jóvenes asistentes a los talleres realizarán prácticas sobre educomunicación y valores sociales y humanos.	Grabaciones, documentos y fotografías sobre las actividades.	Inasistencia e impuntualidad de los estudiantes a las prácticas.
Fortalecer los conocimientos, habilidades y destrezas comunicativas de las y los jóvenes a través de la creación de sus propios productos radiales.	El 100% de los jóvenes que asistan a los talleres de la radio virtual deben presentar una propuesta de programa radial.	Documento digital e impreso de la propuesta.	Falta de creatividad y escaso interés para la creación de productos radiales.
- Elaborar producciones radiales con la participación de las y los jóvenes para dar cuenta	El 100% de los jóvenes que asistan a los talleres de la	Audio y guion del producto comunicacional.	Equipos sin tarjeta de sonido y programas para edición de audio.



de este proceso.	radio virtual deben presentar al menos una pieza radial durante o al final de su pasantía.		
RESULTADOS			
La radio funcionando con toda su programación.	La radio funciona al 100%.	Formato de producción y programación establecidas.	Equipos con averías e internet sin banda ancha.
Capacitar a 30 jóvenes en locución y producción radial	100% de los jóvenes inscritos deben ser capacitados.	Listado de participantes y diplomas de aprobación.	No llegar al número planteado de participantes en los talleres. Pocos
Establecer clubes de periodismo radial entre los jóvenes de los centros educativos.	Al menos en una Unidad Educativa tendrá club de periodismo radial.	Materia de libre elección y clubes.	estudiantes inscritos en el club de periodismo.
Cumplimiento de los requerimientos técnicos, tecnológicos y humanos (equipos funcionando y	Base de datos del personal y de los equipos e informes semanales de la radio.	Informes, listados de personal participante y estadísticas de la radio.	Incumplimiento de tareas encomendadas, fallas en equipos y poca audiencia que escuche la radio. .



recursos humanos seleccionados)			
ACTIVIDADES			
Presentación, socialización y lanzamiento del proyecto	Promocionar y difundir el proyecto a todos los involucrados.	Recortes de periódicos, redes sociales, afiches y fotografías.	Insuficiente acogida de los involucrados al proyecto.
Talleres de Capacitación	El 100% de jóvenes deben asistir a los talleres.	Listado de asistentes	Insuficiente participación de jóvenes en el proyecto.
Prácticas de locución	Todos los estudiantes practicarán en la cabina de radio.	Fotografías y audios de las prácticas.	Desinterés de los estudiantes en participar en los talleres.
Selección de Personal	El 100 % de los jóvenes se someterán a un proceso de selección.	Listado de los escogidos y audios de sustento.	Constantes faltas e irresponsabilidad en las prácticas.
Lanzamiento de la programación	La radio empieza a funcionar con todos los programas.	Parrilla de programación y grabaciones de programas.	A la mitad del proyecto los jóvenes abandonen los talleres.



Finalización del ciclo de programación	Todos los programas terminan sus emisiones.	Escaletas con los datos de haber emitido todos los programas.	Terminar antes de lo previsto.
Evaluación	Todo el proyecto será evaluado.	Estadísticas, documentos y soportes comunicacionales.	Que no existan documentos, estadísticas ni medios de verificación.



4.5.9 CRONOGRAMA

2.1.1.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES RADIO “VOZ JUVENIL” ONLINE

MESES	NOVIEMBRE- DICIEMBRE 2014						ENERO 2015				FEBRERO 2015				MARZO 2015				ABRIL 2015				MAYO –JUNIO 2015					
SEMANAS																												
ACTIVIDADES																												
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	X	X	X																									
SOCIALIZACIÓN DEL PROYECTO			X																									
CAPACITACIÓN SOBRE LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN Y EL PERIODISMO			X	X																								
CAPACITACIÓN SOBRE LA PRODUCCIÓN RADIAL, PÁGINA WEB Y MANEJO DE REDES SOCIALES.					X	X																						
CAPACITACIÓN SOBRE MODULACIÓN, ANIMACIÓN Y LOCUCIÓN.							X	X	X																			
CAPACITACIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE PROGRAMAS RADIALES.								X	X																			
CAPACITACIÓN SOBRE LEY DE COMUNICACIÓN Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS.									X	X																		
SELECCIÓN DE PERSONAL PARA EL MANEJO DE LA RADIO.											X																	
ADQUISICIÓN, ADECUACIÓN E INSTALACIÓN DE LOS EQUIPOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA RADIO.												X																
FASE DE PRUEBAS													X	X	X													
PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN															X													
LANZAMIENTO DE LA RADIO ONLINE															X													
INICIO DEL CICLO DE PROGRAMACIÓN															X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
FINALIZACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN																							X					
TERMINACIÓN DEL PROYECTO																								X	X	X	X	
EVALUACIÓN																											X	





4.5.10 RECURSOS

4.5.10.1 Humanos.

Para ejecutar el proyecto de la radio on-line Voz Juvenil se necesita un equipo humano que debe cumplir las siguientes funciones:

- Facilitador para los talleres de locución y producción radial.

4.5.10.2 Técnicos / tecnológicos.

Para la implementación de la radio se necesita de los siguientes materiales e insumos:

- Cabina de radio
- Computadoras
- Consola
- Micrófonos
- Grabadoras digitales de voz
- Monitores de audio
- Enlace de internet
- Amplificación
- Cables de audio
- Cables para micrófonos
- Pedestales
- Proyector In Focus
- Impresora laser
- Tarjeta de sonido de audio
- Esponjas color negro





-Página web

- Dominio, hosting y streaming.

4.5.11 FINANCIEROS

Para la ejecución del proyecto se necesita los siguientes recursos económicos:

RECURSO	LABOR	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cabina de radio		1	Ya existe	
Computadoras	Talleres de capacitación	2	Ya existe	
Consola	Manejo de equipos	1	Ya existe	
Micrófonos	Grabación	6	150	900
Grabadoras digitales de voz	Entrevistas	2	120	240
Monitores de audio	Grabaciones	1	400	400
Enlace de internet banda ancha	Conexiones	1	Ya existe	
Amplificación	Conexiones	1	Ya existe	
Cables de audio	Conexiones	10	11	110
Cables para Micrófonos	Conexiones	25	6	150



Pedestales	Conexiones	6	60	360
Impresora laser	Documentos y módulos	1	Ya existe	
Tarjeta de sonido de audio	Grabación	1	250	250
Esponjas color negro	Adecuación del set	17	3,00	51
Proyector In Focus	Capacitaciones	1	Ya existe	
Adecuación e instalaciones.	Adecuación del set	1	200	200
Materiales e insumos para talleres.	Capacitaciones		1000	1000
Página Web	Difusión	1	300	300
Dominio y streaming.	Conexión online		250	250
Materiales varios para el funcionamiento.	Uso de la radio		100	100
TOTAL				\$ 5 061

4.5.12 ESTRUCTURA FINANCIERA Y EQUIPAMIENTO

4.5.12.1 Costos de inversión.

La inversión para la radio es de 5061,00 (cinco mil sesenta y un mil) dólares, en la cual incluye materiales e insumos para los talleres de locución y producción radial, equipos técnicos y tecnológicos, pagina web con hostiga, dominio, streaming, adecuación y mantenimiento.





4.5.12.2 Infraestructura.

La radio cuenta con cabina propia, separada por un cristal (masterización y controles), que funciona en la sala central de MIESpacio Juvenil, también contiene una sala para invitados, un infocentro, baterías sanitarias y parqueadero para vehículos.

4.5.12.3 Equipos.

Los equipos con que cuenta la radio son: dos computadoras, una laptop, dos consolas grandes, seis micrófonos (cuatro normales, un profesional y un inalámbrico), cuatro pedestales, dos tarjetas de sonido, dos grabadoras de voz, dos mesas, dos escritorios, un reloj de pared, una impresora, inFocus, un monitor de audio, dos parlantes, amplificación propia, seis sillas, dos pares de audífonos y un interface de audio.

4.5.12.4 Estructura Operativa

Socialización

La socialización del proyecto de la radio Voz Juvenil Online se realizó el 24 octubre en el infocentro de MIESpacio Juvenil de Azogues con jóvenes de los talleres y el 10 de noviembre en la Unidad Educativa Luis Cordero con 37 estudiantes de primero y segundo de bachillerato.

Lanzamiento del Proyecto

El lanzamiento del proyecto se realizó el martes 11 de noviembre en la sala de audiovisuales (infocentro) de MIESpacio Juvenil con la participación de la directora del MIES, Dra. Bertha Molina, las representantes de MIESpacio Juvenil, la coordinadora, Lorena Brito y la técnica, Mónica Matute, así como 43 jóvenes; 37 estudiantes de la Unidad Educativa Luis Cordero y seis voluntarios.

Talleres de capacitación a jóvenes

Luego de realizado la socialización y lanzamiento del proyecto, el martes 11 de noviembre empezaron los talleres con la participación de 43 estudiantes de entre 15 y 22 años, quienes participaron de 90 horas clases, 30 teóricas y 60





prácticas, los lunes, martes y jueves en un horario de 14 : 30 a 17:00, durante 3 meses.

Selección del personal

A partir de la finalización de los talleres en teoría de la comunicación, ley de comunicación, manejo de medios, locución y producción radial se escogieron a doce estudiantes, quienes durante el proceso obtuvieron los mejores resultados, para lo cual se realizaron evaluaciones en tres partes: La primera en la teoría, la segunda en la práctica en la cabina de radio y la tercera en su creatividad, habilidades, aptitudes y destrezas para la realización de programas radiales.

4.5.12.5 Estructura organizacional

La estructura organizativa es de nivel vertical simple con una línea de mando en los principales funcionarios del MIES y MIESpacio Juvenil de Azogues.

Director General: Bertha Molina Loyola, Directora del MIES.

Director de contenidos y programas: Paulo Calle, comunicador social del MIES.

Director de producción: Sebastián López, técnico de sistemas del MIES.

El área de Relaciones Públicas estará precedida por la coordinadora de MIESpacio Juvenil, Lorena Brito.

Locutores:

- David Calle Arévalo
- Josué Andrade
- Katty Cayamcela
- Joselyn Sucuzhañay
- María Paz Coronel.

Reporteros:

- Virginia Peñafiel Briones
- María Paz Ormaza





- Diego Cajamarca
- Leslie Loyola Altamirano
- Adriana González
- Álvaro Ramírez
- Mayra Gualpa

Controles y operación de la radio:

- Paulo Calle
- Romeo Sacoto

Etiqueta y Protocolo:

- Bethsabé Peñafiel
- Adriana González
- Valeria Coronel
- Virginia Peñafiel
- Janeth Fernanda Meneses
- Erika Pesantez
- Wendy Sanmartín

4.5.12.6 Estructura técnica- tecnológica

4.5.12.6.1 Adecuación e instalación de los equipos para el funcionamiento de la radio

Como parte de la adecuación y equipamiento de la radio, se realizaron trabajos en la cabina, tales como: colocación de esponja para la calidad de audio, cableado de redes para amplificación, masterización e internet, colocación de señalética y rotulación así como la instalación y conexión de equipos en el interior de la cabina para su posterior funcionamiento.

4.5.12.7 Fase de pruebas

Luego de instalada la radio online, se dio inicio a la fase de pruebas desde el 2 hasta el 23 de marzo de 2015. Primero en horas nocturnas, luego en las tardes





y noches, y por último, las 24 horas de día. Especialmente con la emisión de música juvenil de manera ininterrumpida.

4.5.12.8 Promoción y difusión de la radio

La promoción para el posicionamiento de la radio Voz Juvenil Online con las diferentes audiencias se realizó por redes sociales, Facebook y Twitter, en prensa en los dos semanarios más importantes de la provincia del Cañar, El Espectador y El Heraldo así como con material publicitario como afiches, trípticos y flyers entregados en las calles , banners y lonas que fueron colocados en el Centro Comercial Bartolomé Serrano y la plaza de la juventud Gonzalo S Córdova, sitios públicos más visitados por la gente, especialmente por los jóvenes.

4.5.13 Lanzamiento de la radio online

El lanzamiento oficial de la radio Voz Juvenil Online se realizó el martes 24 de marzo a las diez de la mañana en la “I Feria de Emprendimientos y Campos de Participación Estudiantil de la Unidad Educativa Luis Cordero” con la presencia de la directora del MIES, Bertha Molina, la coordinadora del MIESpacio Juvenil, Lorena Brito, del entonces rector, Paul Castanier, de los facilitadores de los diferentes campos de acción y con la participación de todos los estudiantes del plantel. En el evento se proyectó en pantalla gigante la estructura (página web) de la radio, se realizó la promoción con dos banners así como explicó el funcionamiento y operación de la misma. La transmisión del evento se realizó en vivo por la señal digital de la radio Voz Juvenil Online desde el patio del plantel y fue escuchada por los asistentes por los altos parlantes de la institución educativa.

4.5.13.1 Inicio del ciclo de programación

En base a criterios, diálogos y opiniones se diseñó los programas y se estableció la parrilla de programación, misma que iría tomando forma con el





paso del tiempo. Saliendo al aire en horarios, igualmente establecidos bajo estudios de audiencia.

El ciclo de programación en la radio Voz Juvenil Online empezó el veinte y cinco de marzo con la emisión de dos programas musicales. El primero de 14:00 a 15:30, denominado Onda Juvenil con música variada actual y el segundo de 16:00 a 17:30, llamado A mi lindo Ecuador con música del pentagrama nacional. La parrilla se normalizó con sus respectivos horarios desde el primero de abril, cuando se dio inicio con los programas en vivo y grabados, la misma que se detalla a continuación:

Programación

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
8:00	Café de la mañana					Palabra suelta	
9:00						Lo dices tú lo digo yo	
10:00						Enlace sabatino	
11:00	Tiempos de cambio	Dialogo deportivo (revista dominical)					
12:00	Noticiero del medio día Ecos del Cañar						
13:00	A puro deporte					Tiempos de cambio	
14:00	A mi lindo Ecuador					Camino migrante	A mi lindo Ecuador
15:00	Onda juvenil					Juventud en positivo	Senderos de libertad
16:00						Senderos de libertad	Música retro
17:00	Historias juveniles					A mi lindo Ecuador	
18:00						Música retro	
19:00							
20:00							





24:00			
00:30/0 8:30	Música programada		

Proceso de realización de programas

Para la realización de todos los programas que emita la radio se debe realizar el proceso en tres fases: preproducción, producción y post producción.

Pre producción

En la primera fase o proceso de preproducción se realizó conjuntamente con directivos de la radio y jóvenes la búsqueda de posibles nombres para los programas, el conductor o conductores, a que público irá dirigido, la duración, las franjas horarias en que será emitido y la periodicidad ya sea diario, semanal o mensual.

Producción

En la segunda fase o proceso de producción se recopiló el material necesario, escrito y sonoro (incluyendo guiones radiofónicos escritos por los jóvenes, música, efectos y cortinas) para grabar o para emitir en vivo con los espacios de publicidad y segmentos. El uso de tiempos fue esencial para que los productos comunicacional que emita la radio sean de calidad. En la producción en frío se grabó las voces de los jóvenes y señoritas y luego se hizo montajes con audio y efectos. Asimismo en los programas que fueron pregrabados se pudieron hacer las correcciones para evitar errores.

Post producción

En la tercera fase o después de la producción se realizó los montajes con cambios en el estilo sonoro y musical de los programas que fueron grabados y se modificaron el tiempo de duración para que sea el tiempo exacto. En la post-producción se realizaron cambios y correcciones por las equivocaciones y la





calidad del sonido. Finalmente escuchando todo el equipo de la radio las grabaciones se evaluaron los contenidos para en un futuro realizar cambios y en otros casos mantener el formato.

Publicidad.- Se trabajó en todo el ciclo de programación con publicidad del gobierno y sus diferentes instituciones. No se receptó publicidad de GADs (Gobiernos autónomos descentralizados), ni publicidad de entidades del sector privado.

Programas radiales

En este formato se describe las características del programa, se detalla los elementos y recursos que se utilizan para emitirlo.

Nombre del programa	
Conducción	
Duración	
Género y Formato	
Horario de emisión	
Resumen	
Objetivo del programa	
Target	
Recursos humanos	
Recursos técnicos/tecnológicos	
Desarrollo del programa	
Observaciones	

Finalización del ciclo de programación





Luego de tres meses de transmitir en vivo y otros programas pregrabados el 25 de junio culminó el ciclo de programación, en el cual se trabajó con una parrilla de programación diversa para los diferentes públicos, especialmente enfocados en los jóvenes con productos comunicacionales noticiosos, deportivos, culturales y musicales que aporten a su educación, formación y sano entretenimiento.

Terminación del proyecto

El proyecto de implementación de la radio Voz Juvenil Online, después de 8 meses de realización, concluyó el viernes 26 de junio de 2015 con un programa especial con la participación de la directora del MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social) distrito Azogues, Bertha Molina, Lorena Brito, coordinadora de MIESpacio Juvenil, Mónica Matute, técnica de juventudes, María Eugenia Torres responsable del “Campo de Participación Estudiantil Opción Periodismo Comunitario” de la Unidad Educativa Luis Cordero y con la presencia de los 43 participantes en el taller, a quienes se les entregó diplomas por su participación en los talleres de locución y producción radial.

La directora del MIES, destacó el valor de estos proyectos al referirse que en los próximos meses seguirán dictando talleres de locución a niños, adolescentes y jóvenes como parte de la utilización de sus tiempos libres así como con la idea en firme de continuar con la programación regular de la radio. Para lo cual dijo el MIES buscará firmar convenios con escuelas y colegios a fin de trabajar en conjunto y llevar a cabo programas educativos y culturales que sirvan como una herramienta de formación y aprendizaje.

4.6 EVALUACIÓN DE RESULTADOS

4.6.1 Resultados de encuesta

Se realizó una encuesta con el afán de conocer si el público escucha la radio online Voz Juvenil de Azogues. En dicha encuesta se investigó si escucha la señal de la radio, en que horario, desde donde, que programas prefieren y si





participado en los programas emitidos. Además se preguntó si les gusta la programación de la radio.

4.6.2 Universo

El universo está constituido por los directivos del MIES y MIESpacio Juvenil, los jóvenes voluntarios de MIESpacio Juvenil y los estudiantes de las tres Unidades Educativas; Luis Cordero, Juan Bautista Vásquez y Luis Rogerio González.

4.6.3 Muestra

De la población o universo se seleccionó a cuatro empleadas del MIES, 11 voluntarios, 35 estudiantes de la Unidad Educativa Luis Cordero, 25 del Juan Bautista y 25 del Luis Rogerio González para un total de 100 encuestados.

4.7 MODELO DE LA ENCUESTA

UNIVERSIDAD DE CUENCA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DE RADIO VOZ JUVENIL ONLINE

DATOS GENERALES

EDAD:

FECHA DE LA ENCUESTA:

SEXO

OCUPACIÓN:

La presente encuesta tiene por objeto saber su opinión sobre el funcionamiento de la radio Voz Juvenil Online. Por tanto pedimos llene el siguiente cuestionario.

1.- ¿Ha escuchado radio Voz Juvenil Online? SI – NO

Si su respuesta es sí cuantas veces:





-Una vez

-Dos veces

-Más de dos veces

-Nunca

2.- ¿En qué horario escucha la radio?

-En la mañana

-En la tarde

-En la noche

3.- ¿Que medio utiliza para escuchar la radio?

-Laptop -PC común -Teléfono - iPad - Tablet

4.- ¿Le gusta la programación de radio Voz Juvenil Online? Si _ NO_

Si su respuesta es positiva señale que programa escucha

- Onda Juvenil -Voces de cambio -Dialogo deportivo – Juventud en positivo - Camino Migrante - A mi lindo Ecuador - Otros

5.- ¿Ha participado en los programas de la radio? Si _ NO_

Si su respuesta es positiva señale como ha participado:

-Redes sociales - Llamadas -Chat -Mensajes de texto

6.- ¿La radio en general que le parece?

Muy buena ___ Buena ___ Regular___ Mala___

4.8 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.8.1 Procesamiento de Datos





Luego de aplicar la encuesta a empleados de la MIES, estudiantes de unidad educativa Luis Cordero, Juan Bautista Vázquez, y Luis Rogerio González se realizara lo siguiente:

4.8.2 Recolección de datos.

Aplicamos las encuestas a los empleados del MIES, estudiantes de unidad educativa Luis Cordero, Juan Bautista Vázquez, y Luis Rogerio González.

4.8.3 Tabulación de datos.

1.- ¿Ha escuchado radio Voz Juvenil Online?

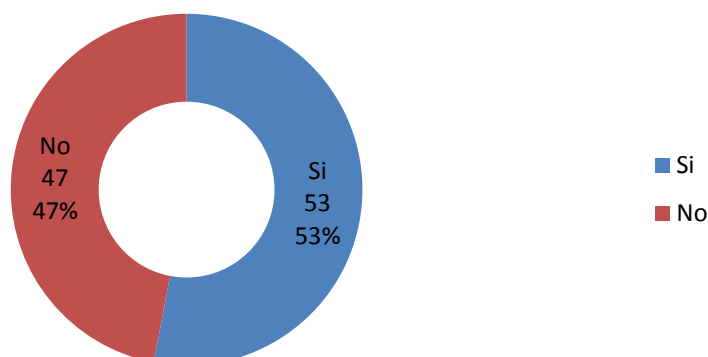
Si _ NO _

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
SI	53
NO	47
TOTAL	100

Fuente: Autoría propia



¿Ha escuchado radio Voz Juvenil Online?



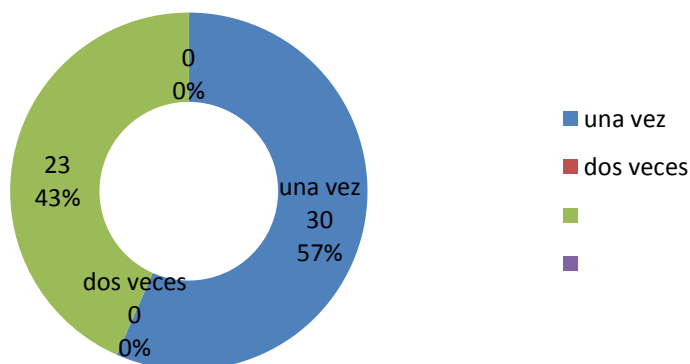
Si su respuesta es sí cuantas veces:

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Una vez	30
Dos veces	0
Más de 2 veces	23
Nunca	0
TOTAL	100

Fuente: Autoría propia



Si su respuesta es sí cuantas veces:

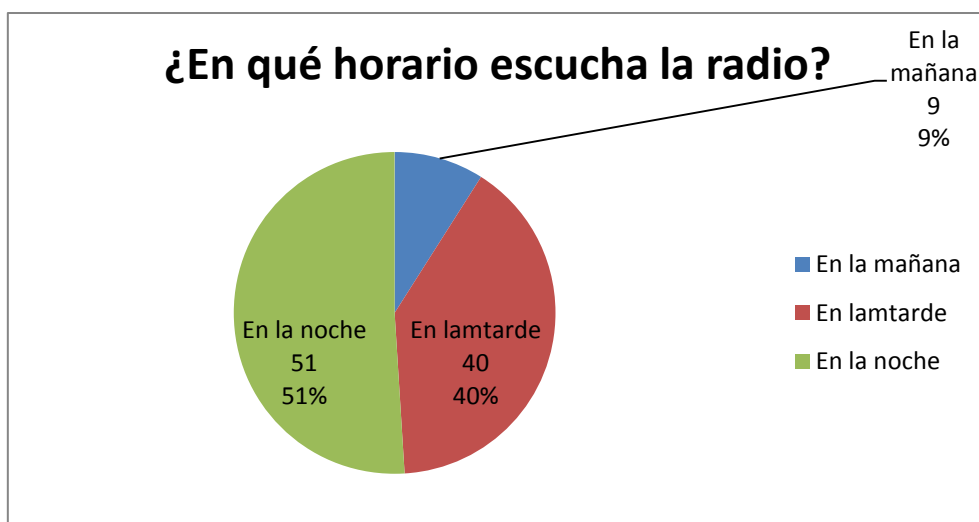


Interpretación de resultados.- Al preguntar a los encuestados si ¿Ha escuchado radio Voz Juvenil Online? Respondieron lo siguiente: 53 si escuchan la radio que es el 53% los mismos que han escuchado una vez 30 que representa al 57% y, más de dos veces 23 que equivale al 43%.

2.- ¿En qué horario escucha la radio?

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
En la mañana	9
En la tarde	40
En la noche	51
TOTAL	100

Fuente: Autoría propia



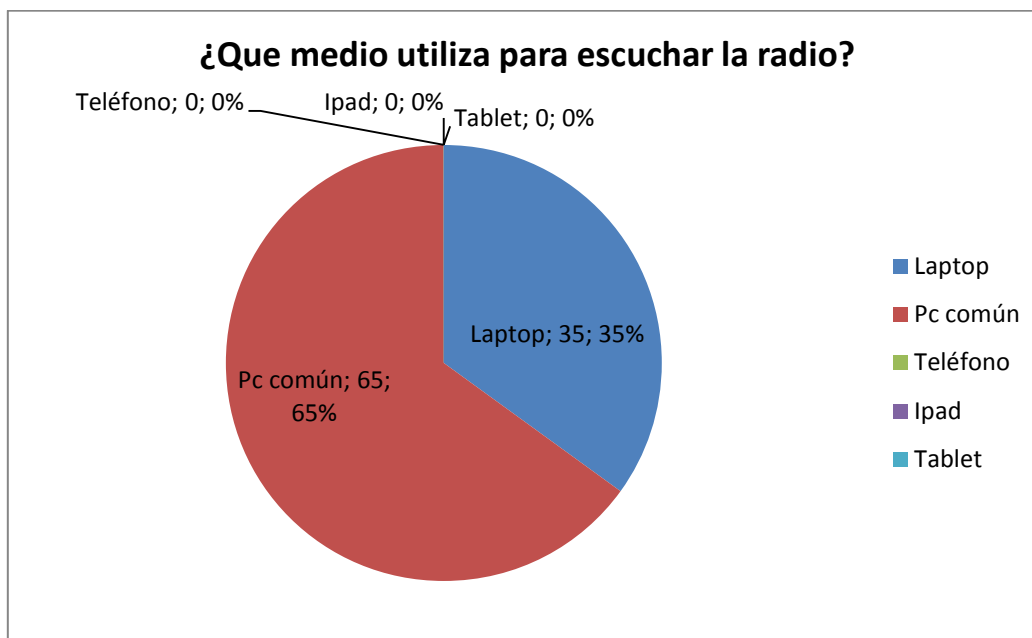
Interpretación de resultados.- De los 100 encuestados 9 respondieron que escuchan la radio en la mañana que es el 9%; 40 respondieron que escuchan en la tarde con el 40%; y 51 escuchan en la noche que equivale al 51%. Lo que significa que las personas suelen escuchar la radio con frecuencia en las noches.

3.- ¿Que medio utiliza para escuchar la radio?

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Laptop	35
PC común	65
Teléfono	0
IPad	0
Tablet	0
TOTAL	100



Fuente: Autoría propia



Interpretación de resultados.- Al consultar ¿Qué medio utiliza para escuchar la radio? Se obtuvo los siguientes resultados: 35 escuchan la radio en una Laptop que es el 35%; y 65 escuchan en una PC común, considerando esta respuesta como la más sobresaliente, ya que representa al 65%.

4.- ¿Le gusta la programación de radio Voz Juvenil Online?

Si _ NO _

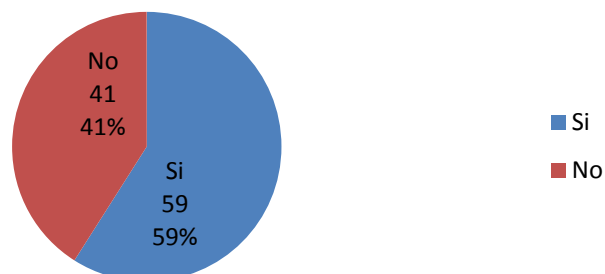
RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Si	59
No	41
TOTAL	100

Fuente: Autoría propia





¿Le gusta la programación de radio Voz Juvenil Online?



Interpretación de resultados.- Se consultó a 100 personas si les gusta la programación de radio Online Voz Juvenil. Se obtuvo las siguientes respuestas: 59 de los 100 consultados respondieron que sí y 41 respondieron negativamente. Significando entonces que a más de la mitad es decir al 59% les agrada escuchar radio Voz Juvenil Online; entendiéndose así que hay aceptación.

Si su respuesta es positiva señale que programa escucha

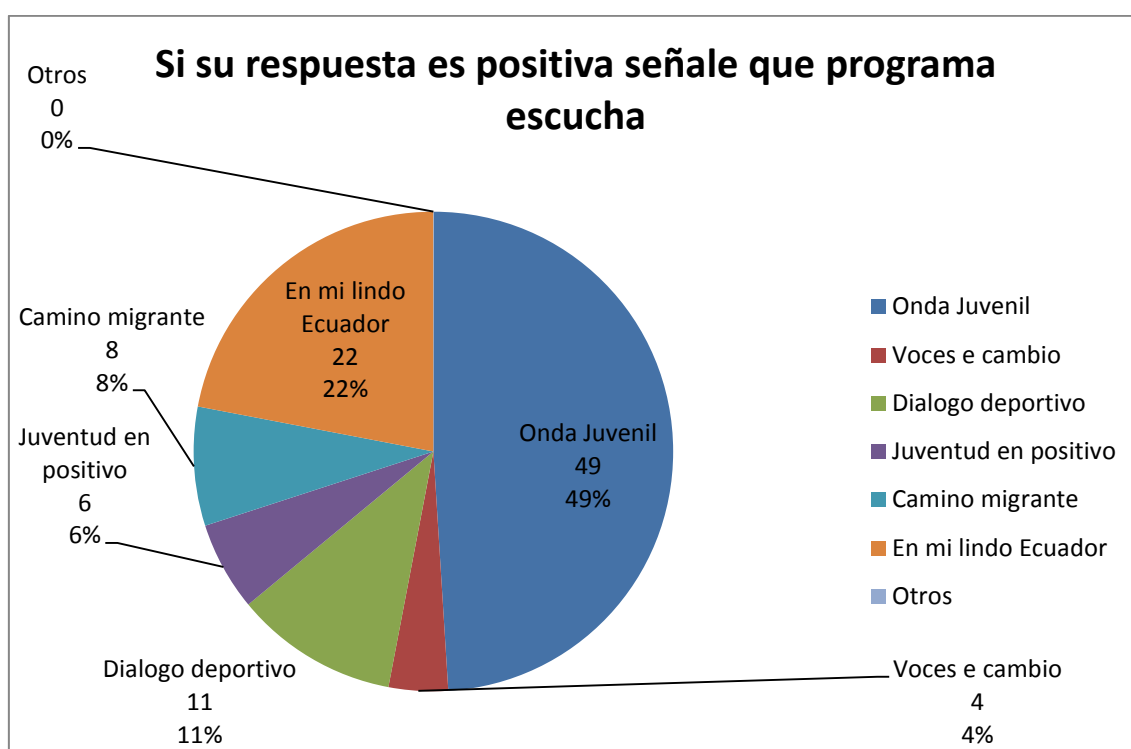
RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Onda juvenil	49
Voces de cambio	4
Dialogo deportivo	11
Juventud en positivo	6





Camino migrante	8
En mi lindo Ecuador	22
Otros	0
TOTAL	100

Fuente: Autoría propia



Interpretación de resultados.- Se consultó a los encuestados si ¿Le gusta la programación de radio Voz Juvenil Online? Consiguiendo las siguientes





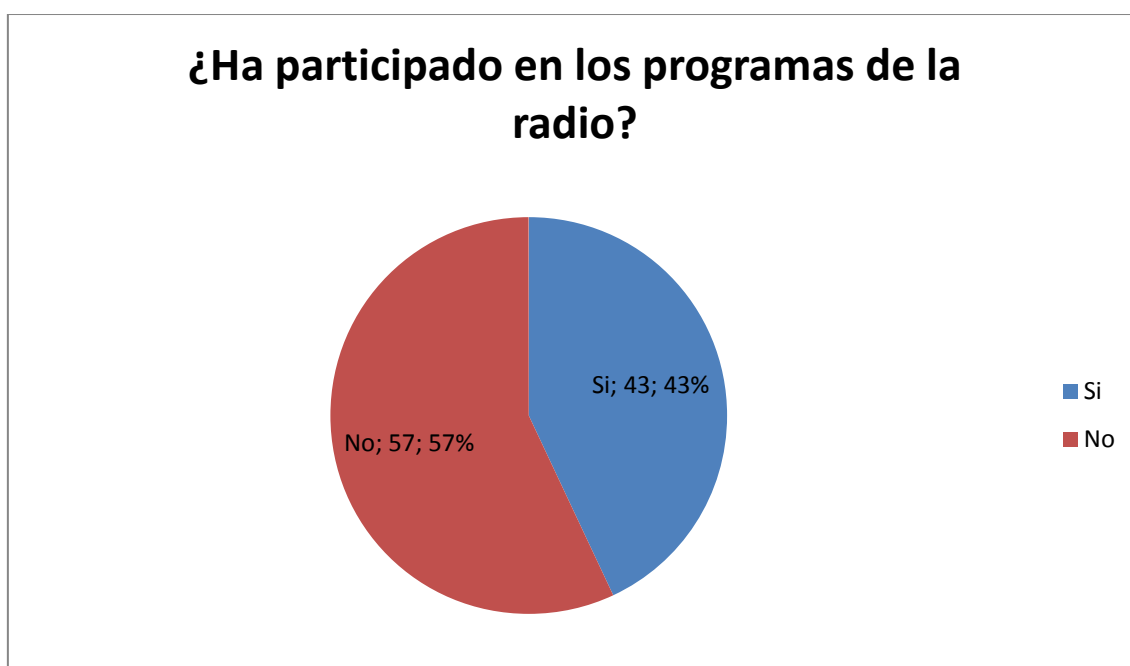
respuestas: 59 respondieron que si les gusta y 41 que no, de quienes respondieron positivamente les gusta los siguientes programas: 49 onda juvenil, 49%; 4 voces del cambio, 4%; 11 dialogo deportivo, 11%; 6 juventud en positivo, 6%; 11 camino migrante, 11%; 22 A mi lindo Ecuador 22%. Rescatando como los programas más escuchados “Onda Juvenil” y “A mi lindo Ecuador”.

5.- ¿Ha participado en los programas de la radio?

Si _ NO _

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Si	43
No	57
TOTAL	100

Fuente: Autoría propia

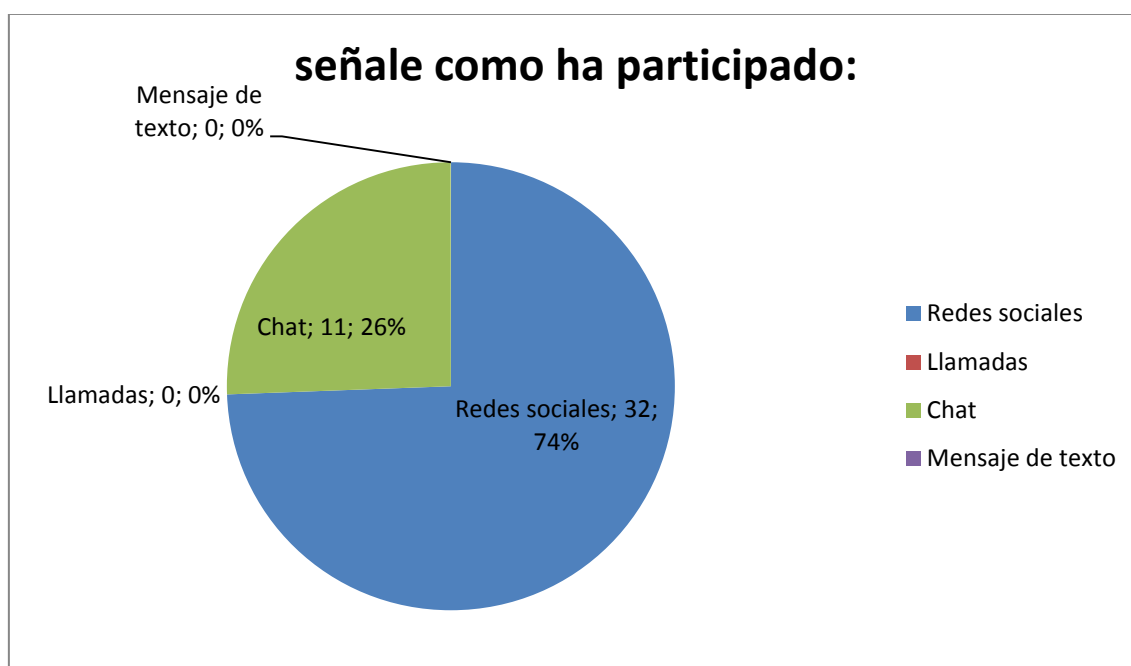




Si su respuesta es positiva señale como ha participado:

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Redes Sociales	32
Llamadas	0
Chat	11
Mensaje de texto	0
TOTAL	100

Fuente: Autoría propia



Interpretación de resultados.- En la presente pregunta se obtuvo los siguientes resultados. 43 personas respondieron positivamente; y 57 negativamente; y a su vez afirmando que han participado en la radio de la siguiente manera: 32 a través en las redes sociales con el 74%; 11 a través del

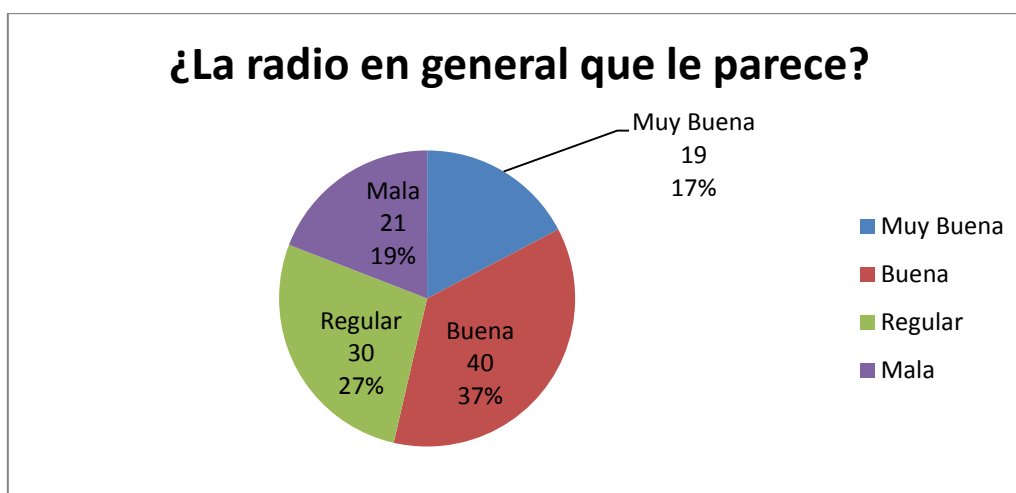


chat que representa al 26%. Cae destacar entonces que la mayoría hace uso de las redes sociales, Especialmente Facebook y Twitter hoy en día.

6.- ¿La radio en general que le parece?

RESPUESTAS	ENCUESTADOS
Muy Buena	19
Buena	40
Regular	30
Mala	21
TOTAL	100

Fuente: Autoría propia



Interpretación de resultados.- En la pregunta: ¿La radio en general que le parece? Al consultar a las 100 personas se obtuvo que: 19 personas respondieron muy buena con el 17%; 40 dijeron buena, con un porcentaje de 37%; 30 dijeron regular que equivale al 27% y 21 respondieron que mala que corresponde al 19%. Como podemos darnos cuenta que a 40 personas les parece una buena radio, es decir corresponde a un valor significativo. Y solo a



un 19% le parece malo, lo que significa que habría que hacer algunos cambios para mejorar.

4.9 Resultados

Durante el ciclo de ejecución del proyecto de la radio Online Voz Juvenil se realizaron varias actividades las cuales determinan los resultados en función de los objetivos propuestos originalmente. En este sentido, el proyecto inició en el mes de noviembre del 2014 y culminó el 26 de junio del 2015. En este tiempo se capacitó a 43 jóvenes, quienes fueron parte de los talleres tres meses, luego se seleccionaron a doce estudiantes quienes realizaron los programas. Los estudiantes asistieron a dos talleres brindados por SUPERCOM y Unión de Periodistas del Azuay.

En el ciclo de programación se emitieron 8 programas de lunes a viernes y 6 más los fines de semana para un total de 14.

Durante 14 semanas se emitió la programación completa de lunes a viernes 8 programas y los sábados y domingos igualmente 8. De los 14 programas solo 2 fueron en vivo y los demás grabados con reprise los fines de semana.

Indicadores de resultados

- Se llegó al 30% de oyentes (1500) simultáneos de un total de 5 mil que pueden acceder al mismo tiempo.
- Se registraron 600 Me Gusta en la página de la radio en Facebook
- Se alcanzó 8 mil visitas a la página web de la radio.
- El 90% de aparatos resultaron eficaces en el buen funcionamiento de la radio.
- Se capacitaron en radio y periodismo digital a 43 jóvenes durante el proyecto.
- En Twitter se registran 100 seguidores.
- Hubo la participación de 43 personas en Facebook, 11 por chat y 32 en Facebook.





- De los 100 encuestados 23 han escuchado la radio más de una vez, 30 una sola vez y 47 nunca han escuchado.
- Se han registrado 123 ciber oyentes en la cuenta de la página web de la radio.





5. CONCLUSIONES

La propuesta para la implementación de una radio virtual en la sede de MIESpacio Juvenil de Azogues se basó en un diagnóstico de necesidades, demandas e iniciativas realizadas por parte de los jóvenes voluntarios que asisten a esta unidad y el deseo de las autoridades del MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social) distrito Azogues por contar con un medio de comunicación.

A lo largo del proyecto se realizó un estudio teórico- práctico y se creó la radio Voz Juvenil Online, fueron los estudiantes de la Unidad Educativa Luis Cordero y voluntarios de MIESpacio Juvenil los principales actores del proceso de aprendizaje sobre locución, animación y producción radial.

Durante el proyecto los jóvenes aprendieron nociones básicas sobre la radio y periodismo online, las cuales fueron necesarias para que ellos presentaran sus propios productos comunicacionales y por ende dando cuenta de este proceso.

La creación del club de periodismo en la Unidad Educativa Luis Cordero permitió que 14 jóvenes de primero de bachillerato trabajen con contenidos propios en la página denominada “Proyecto E” publicada semanalmente en el periódico “El Heraldito” de Azogues y en la pre-producción, producción de programas de radio, mismos que fueron emitidos en la radio online Voz Juvenil.

La creación del periódico virtual institucional Proyecto E (Excelencia Educativa) permitió promover en los estudiantes el uso de las Tics (Tecnologías de la Información y la Comunicación) como herramientas alternativas. Asimismo, utilizando estas tecnologías los estudiantes fueron los creadores de las cuentas de Facebook y Twitter de la radio online Voz Juvenil.

El posicionamiento de la radio, permitirá al MIES del Cañar y MIESpacio Juvenil de Azogues aumentar su área de cobertura pública, especialmente a grupos prioritarios, promocionando sus planes, proyectos y servicios, así como convertirse en un medio educativo para niños, jóvenes y adolescentes.





En definitiva, se puede concluir, los medios digitales y especialmente las radios online están ganando espacio en las preferencias de las audiencias, pues al ser Facebook y Twitter los principales canales donde se posesionan las comunidades virtuales, es ahí donde se promociona las Ciber-radios y por ende se incrementan audiencias.





6. RECOMENDACIONES

Todo proyecto por bien que esté estructurado siempre tendrá sus debilidades al momento de su ejecución. En ese sentido hay que tomar en cuenta aspectos que son relevantes para que una radio sea escuchada y reconocida; y eso mucho tiene que ver con los gustos y requerimientos de las audiencias.

Para que una radio online tenga éxito, mucho dependerá de la promoción y difusión en otros medios, así como de la inversión anual que realicen sus propiciadores.

Una radio que tenga un buen ancho de banda siempre será nítida y no se caerá la señal.

Las propuestas para la realización de programas de radios públicas no solo dependerán de profesionales en comunicación sino de las propuestas que vengan de afuera.

Es necesario actualizaciones constantes con noticias, deportes y variedades en la página web de una radio online, por cuanto ese será el enganche con el Ciber-oyente.

Es importante tener en cuenta que para competir con las radios convencionales que también cuentan con señal por internet se debe contar con una parrilla de programación de calidad, especialmente en horario nocturno, donde se concentra la mayor audiencia de radios virtuales. En este sentido los directivos de radio online Voz Juvenil deben tomar en cuenta que estrategias deberán utilizar para re-potencializar un medio en proceso de posicionamiento.

La continuidad de proyectos de radios juveniles está ligada en gran manera a entablar relaciones estratégicas con instituciones afines a la comunicación para que sean estas las que aporten a mejorar la calidad de programación y de esa manera abrir las puertas a la capacitación de más jóvenes. Es por eso que el MIES y MIESpacio Juvenil deberán seguir trabajando de forma dinámica y articulada con alianzas estratégicas con SUPERCOM, Ministerio de Educación,





Dirección Distrital de Educación y Gobiernos Autónomos Descentralizados para que sean estas instituciones, quienes apoyen estos procesos.

Todas estas recomendaciones están encaminadas a posesionar a las radios virtuales dentro del mercado digital global con programación variada, especialmente educativa, con la idea en firme de educar, informar y entretener al oyente, características propias de una buena radio.





7. BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, M. G. (21 de Abril de 1976). El Comercio. *Riobamba, cuna de la Radio difusión*.

Austen, M. (s.f.). *eHow en español*. Obtenido de eHow en español- Tecnología: http://www.ehowenespanol.com/radio-analogica-vs-radio-digital-hechos_88165/

Bomba, R. (2011). *Radio Boma*. Obtenido de Radio on-line Radio Bomba: <http://blog.espol.edu.ec/stevenklm/2011/05/25/beneficios-y-desventajas-de-la-radio-online/>

Cajamarca, A. (Octubre de 2015). Azogues, Cañar, Ecuador.

Calle Zhapán, M., & Zhunio Zhunio, R. (1990). La Radio Difusión en el Cañar. *La Radio Difusión en el Cañar Historia e Influencia Social En el Area Urbana*. Cuenca, Azuay, Ecuador.

Ciberperiodismo, S. (2011). *El nuevo look de la información*. Obtenido de El nuevo look de la información CIBERPERIODISMO: <https://nennyfruts.wordpress.com/1-introduccion-al-ciberperiodismo-2/>

ClubEnsayos. (15 de Junio de 2015). *ClubEnsayos* . Obtenido de ClubEnsayos (La radio analógica y digital): <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/La-Radio-Analogica-Y-Digital/2592585.html>

Cooperación Internacional. (2 de Febrero de 2015). *Inte red*. Obtenido de Intercambio y solidaridad: <http://www.intered.org/node/745>

cordicom. (24 de Diciembre de 2013). *Consejo de Regulación y Desarrollo de la informacion y comunicación*. Obtenido de Determinación de franjas horarias: <http://www.cordicom.gob.ec/determinacion-de-franjas-horarias/>

González, D. (2014). *monografias.com*. Obtenido de monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos67/tics/tics.shtml>

Hertz, H. (2004). Biografías y vidas.

Historadio. (miercoles 22 de Junio de 2011). *Historadio*. Obtenido de <http://historadio.blogspot.com/2011/06/historia-de-la-radio-por-internet.html>





Historadio. (miercoles 22 de Junio de 2011). *Historadio*. Obtenido de La Radio en Internet: <http://historadio.blogspot.com/2011/06/historia-de-la-radio-por-internet.html>

Kaplun, M. (1978). *Produccion de Programas de Radio*. Quito: Alberto Maldonado S.

Kaplún, M. (1978). Produccion de Programas de Radio. En M. Kaplún, *Produccion de Programas de Radio El Guión- La Realización* (págs. 277-286). Colección Intiyan Ediciones Ciespal.

L, E. (30 de Enero de 2010). *Manual Práctico de la Radiodifusión*. Obtenido de HeAvY WoRd : <http://fer-ortiz.lacoctelera.net/post/2009/05/29/historia-la-radio-fernando-ortiz-vizuete-mayo-2009>

Mantilla, M. M. (s.f.). *Inicios de la radio*. Quito.

Ortíz, F. (29 de mayo de 2009). *xatakahome/ocio*. Obtenido de <http://www.xatakahome.com/ocio/historia-de-la-radio-i-origenes-y-primeros-receptores>

Radialistas Apasionados. (2012). el mundo de la radio. *El mundo de la radio*, 23-26.

Revista Pucara. (2008). El mundo de la Radio una mirada al futuro. *Revista Pucará N° 20*, 34-35.

Rivera, P. (Octubre de 2015). Azogues, Cañar, Ecuador.

Santos, A. S. (2007). *monografías.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos31/radio-digital/radio-digital.shtml>

Superintendencia de la Información y Comunicación. (2013). *Ley Organica de Comunicación*. Quito: S/E.

Tribunal Supremo Electoral. (2008). *Proyecto de la Nueva Constitución 2008*. Quito: S/E.

Turmo, F. S. (2002). *dialectus.com*. Obtenido de <http://www.dialectus.com/colaboraciones/fernandosabesturmo/clasificacion-emisoras-de-radio.htm>

Villacreses, S. (3 de Noviembre de 2010). *Conoce la Tecnología*. Obtenido de Conoce la Tecnología: <http://blog.espol.edu.ec/santiagovillacreses/2010/11/03/diferencias-entre-la-radio-analogica-y-el-digital/>





8. ANEXOS

Anexo 1: Encuesta dirigida a los estudiantes

UNIVERSIDAD DE CUENCA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ENCUESTA PREVIA A LA IMPLEMENTACION DE UNA RADIO ONLINE

DATOS GENERALES
 Edad: 17
 Sexo: Mujer
 Ocupación: Estudiante - Franciscano
 Lugar y fecha de la encuesta: 12/05/2014 - Hiespacio Azogues

La presente encuesta tiene el propósito de saber su opinión para la implementación de una radio online. Por lo tanto le pedimos llene el siguiente cuestionario.

- ¿Con qué frecuencia escuchas la radio?
 - Siempre que puedo
 - Algunas veces
 - Casi nunca
 - Nunca
- ¿En qué momento del día escuchas la radio?
 - Por las mañanas
 - Al mediodía
 - Por las tardes
 - Por las noches
- ¿Qué tipo de programa o programas escuchas? Señalar uno o varios:
 - Informativos
 - Humorísticos
 - Religiosos
 - Culturales
 - Magazines
 - Dramáticos
 - Musicales
 - Educativos
 - Deportivos
 - Consultorios



4. ¿Qué características del medio radiofónico te resultan más atractivas? Señala:

- Hace posible la creación de un ámbito privado en cualquier lugar, debido a su reducido tamaño.
- La variedad de emisoras y de programas permite satisfacer todas las necesidades informativas y recreativas del individuo.
- Requiere una menor concentración, ya que la percepción exclusivamente auditiva hace este medio compatible con otras actividades simultáneas, sobre todo manuales.
- Permite la participación del oyente, que interviene de forma activa en el diálogo continuo que se establece entre el locutor y los que escuchan a través de la línea telefónica.
- Rapidez e instantaneidad. Las noticias nos llegan con enorme rapidez, muchas veces en el mismo instante en el que están ocurriendo.
- Fugacidad del mensaje. Se percibe únicamente con el oído y nuestra capacidad de retención auditiva es muy inferior a la visual, por lo que la permanencia del mensaje en el tiempo es mínima.
- Potencia la imaginación. A partir de la palabra, el oyente, mediante su imaginación, "recrea" su propia realidad.

5. ¿Has escuchado radio por internet? Señala: a) Siempre b) A veces c) Nunca

6. ¿Qué uso le das o le darías a una radio online? a) Entrenamiento b) Información c) Educación.

7. ¿Participarías con una propuesta en caso de implementarse una radio online en MIEspacio Juvenil? SI X NO __

¿Si tu respuesta es SI con que propuesta participarías?

Mmm implementando y haciendo que los jóvenes nos intereseamos mas por la radio

8. ¿Te gustaría dirigir un programa de radio, en MIEspacio Juvenil? SI X NO __

Si tu respuesta es SI que tipo de programa te gustaría dirigir:

Uno en donde los jóvenes podamos sentirnos contentos

9. ¿Quisieras recibir talleres de locución y relaciones humanas para así llevar a cabo un programa?

Si fuera posible.

10. ¿Como ayudarías a este proyecto de radio online?

Mmm imponiendo nuevas ideas y siendo creativos

11. ¿De qué manera te gustaría participar en la radio online? Señala una o varias opciones

a) Redes sociales b) Vía telefónica c) Mensajes d) Chat e) Otros

**Anexo 2: Encuesta de evaluación de la radio online Voz Juvenil**

UNIVERSIDAD DE CUENCA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ENCUESTA SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DE RADIO ONLINE VOZ JUVENIL

DATOS GENERALES

EDAD: 16 FECHA DE LA ENCUESTA: 20/06/2015
SEXO: Masculino
OCUPACIÓN: Estudiante Unidad Educativa Luis Cordero

La presente encuesta tiene por objeto saber su opinión sobre el funcionamiento de la radio Online Voz Juvenil. Por tanto pedimos llene el siguiente cuestionario.

1.- ¿Ha escuchado radio Voz Juvenil Online? SI - NO

Si su respuesta es sí cuantas veces:

-Una vez
-Dos veces
-Más de dos veces
-Nunca

2.- ¿En qué horario escucha la radio?

-En la mañana
-En la tarde
-En la noche

3.- ¿Que medio utiliza para escuchar la radio?

- Lapto -PC común -Teléfono - Ipad - Tablet

4.- ¿Le gusta la programación de radio Voz Juvenil Online? Si -NO

Si su respuesta es positiva señale que programa escucha



-Onda Juvenil - Voces de cambio -Dialogo deportivo - Juventud en positivo -Camino Migrante - A mi lindo Ecuador - Otros

5.- ¿Ha participado en los programas de la radio? Si ☒ NO ☐

Si su respuesta es positiva señale como ha participado:

- Redes sociales - Llamadas -Chat -Mensajes de texto

6.- ¿La radio en general que le parece?

Muy buena ☐ Buena ☒ Regular ☐ Mala ☐



Anexo 3: Entrevista dirigida a la Directora del MIES Cañar

Dra. Bertha Molina Loyola.

¿Cuál es la situación de MIESpacio Juvenil? ¿Tengo conocimiento que cuentan con una cabina en desuso?

Tenemos una cabina en desuso 8 meses y nos gustaría poner en funcionamiento, por cuanto al ser una unidad juvenil, nuestro deber es ofrecer espacios alternativos para que los jóvenes se distraigan y aprendan nuevas cosas entre ellas el animar o locutar un programa para lo cual estamos gustosos de poder contar con una emisora propia de nuestra institución.

¿Apoyaría proyectos enfocados a jóvenes?

Tenemos toda la predisposición para apoyar proyectos que tengan que ver con juventudes en especial si se trata de acercar a los chicos a espacios que les sirva en un futuro como actores de cambios.

¿Cuentan con espacios para realizar un proyecto de radio?

Tenemos el espacio físico, varios equipos, internet banda ancha y por su puesto personal preparado y comprometido a apoyar a los chicos en cualquiera cosa que se les ofrezca.

¿Cuál es el presupuesto anual para jóvenes? ¿Dispondría de ese dinero en un proyecto de radio?

Existe un presupuesto anual para juventudes y niñez, con ese dinero daríamos luz verde al proyecto de creación de una radio online que obviamente sería un medio de comunicación del MIES y de MIESpacio Juvenil para trabajar en comunidad.

¿Si se llega a realizar el proyecto de implementación de una radio como se trabajaría?





Si se da la creación de la radio pondremos a trabajar al comunicador social, al ingeniero en sistemas y obviamente la coordinadora, serían ellos los encargados de dar los informes semanales de lo que se haga con los chicos.

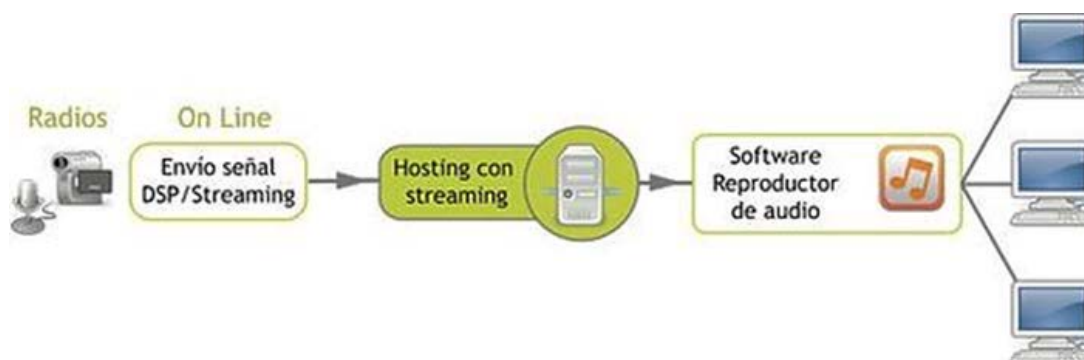
¿Cómo sería la planificación para que se cristalice el proyecto y en qué tiempo tendrían su propio medio?

Empezaríamos con la socialización a la ministra Betty Tola, a la subsecretaria zonal Juanita Berzosa y luego con los chicos de los colegios y universidades para que se sumen al proyecto. Aspiro que para marzo o abril del 2015 ya tengamos en funcionamiento la radio online.

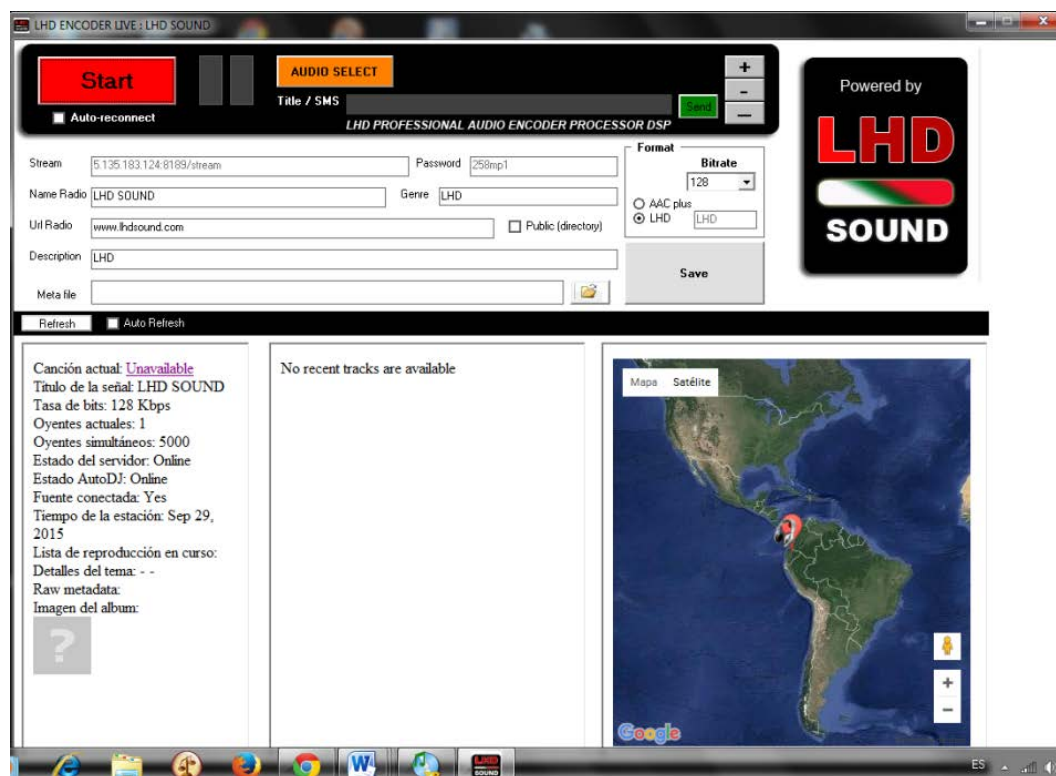


Anexo 4: Funcionamiento de la radio online

Funcionamiento de la radio online

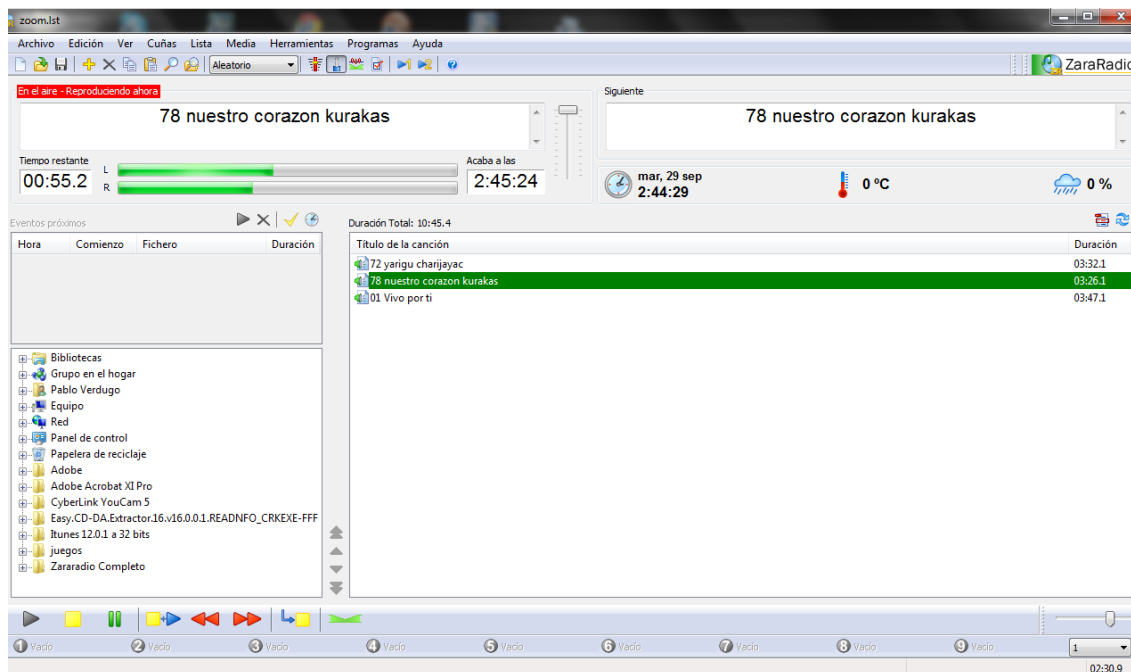


Procesador de audio





Automatizador de música Zara Radio



Anexo 5: Sitio Web

Sitio Web

El sitio web de la radio es www.vozjuvenil.com.



Enlineados
Ecuador

Radio Voz Juvenil Online - Azogues

Es una radio virtual educativa y cultural para jóvenes con programación variada que emite su señal desde Azogues, provincia del Cañar, en el sur del Ecuador.

<http://www.vozjuvenil.com>



Anexo 6: Redes Sociales

Redes sociales

Facebook



Twitter





Anexo 7: Programas base de la radio online Voz Juvenil





Anexo 8: Local de funcionamiento de la radio Online Voz Juvenil





Anexo 9: Sala de capacitaciones





Anexo 10: Sala para invitados





Anexo 11: Parqueadero





Anexo 12: Baterías sanitarias





Anexo 13: Cabina radial



Formado por una sala de masterización y un estudio de grabación



Anexo 14: Tallares de capacitación









Anexo 15: Practica de Locución





Katherine Cayamcela, Estefanía Tello y Karla Santacruz durante las prácticas de locución.

Anexo 16: Realización de programas





Wendy Sanmartín Keyla Rodríguez y Liseth Velécela realizan el programa “Onda Juvenil”.



David Arévalo y Adriana González conducen el programa “A mi lindo Ecuador”.

Anexo 17: Talleres y Conversatorios

Taller de Periodismo Social organizado por la fundación Gama y la Unión de Periodistas del Azuay.



Estudiantes junto a uno de los expositores, Eliecer Cadenas Espinoza.

Socialización sobre ley de comunicación dictado por Carlos Ochoa y Luis Enrique Zamora funcionarios de SUPERCOM en el paraninfo de la universidad Católica de Cuenca sede Azogues.



Anexo 18: Promoción y difusión de la radio

Periódico institucional

Afiche de los talleres de locución



Banner



Flyers

Hojas volantes



Lona de la unidad MIEspacio Juvenil de Azogues



Anexo 19: Clausura de los talleres de locución y producción radial



La doctora Bertha Molina, directora del MIES, distrito Azogues, entrega los certificados.

Anexo 20: Certificado del taller de locución

Anexo 21: Imagen de la radio



Anexo 22: Productos de MIEspacio Juvenil para estimular a los jóvenes

Camisetas, llaveros, esferos, lápiz, manillas, fundas y otros más.



**Anexo 23: Lista de estudiantes participantes****MIESPACIO JUVENIL AZOGUES****TALLER DE LOCUCIÓN Y PRODUCCIÓN RADIAL****FACILITADOR: PABLO VERDUGO****AÑO LECTIVO: 2014-2015**

Nº	Nombres y apellidos de los estudiantes	Año Bachillerato SEGUNDO BGU	Asistencia	Asistencia
1	Avendaño Tandazo Lisbeth	E		
2	Calle Arévalo David	A		
3	Coronel Álvarez Martha	A		
4	Coronel Salamea María Paz	B		
5	Gonzales Pamela	B		
6	Gonzales Odalis	E		
7	Gualpa Mayra	C		
8	Lema Carlos Daniel	E		
9	Losado Ortiz Carlos	E		
10	Meneses Janeth	C		
10	Morocho Tenempaguay Erika Paola	E		
12	Muñoz Quevedo Fabián	E		





13	Peñafiel Torres Gloria Bethsabé	E		
14	Pesantez Erika	A		
15	Pesantes Alvarado Andrea	B		
16	Pullaguari Janina	E		
17	Quezada Evita	C		
18	Quinteros Stalin	C		
18	Rodríguez Sanmartín Keyla	E		
20	Sanmartín Wendy	C		
21	Tinizhañay Gómez Daysi Paola	E		
22	Vásquez Nicole	B		
23	Velecela Liseth	B		



Anexo 24: TALLER DE LOCUCIÓN Y PRODUCCIÓN RADIAL
MIESPACIO JUVENIL AZOGUES
TALLER DE LOCUCIÓN Y PRODUCCIÓN RADIAL

FACILITADOR: PABLO VERDUGO

AÑO LECTIVO: 2014-2015

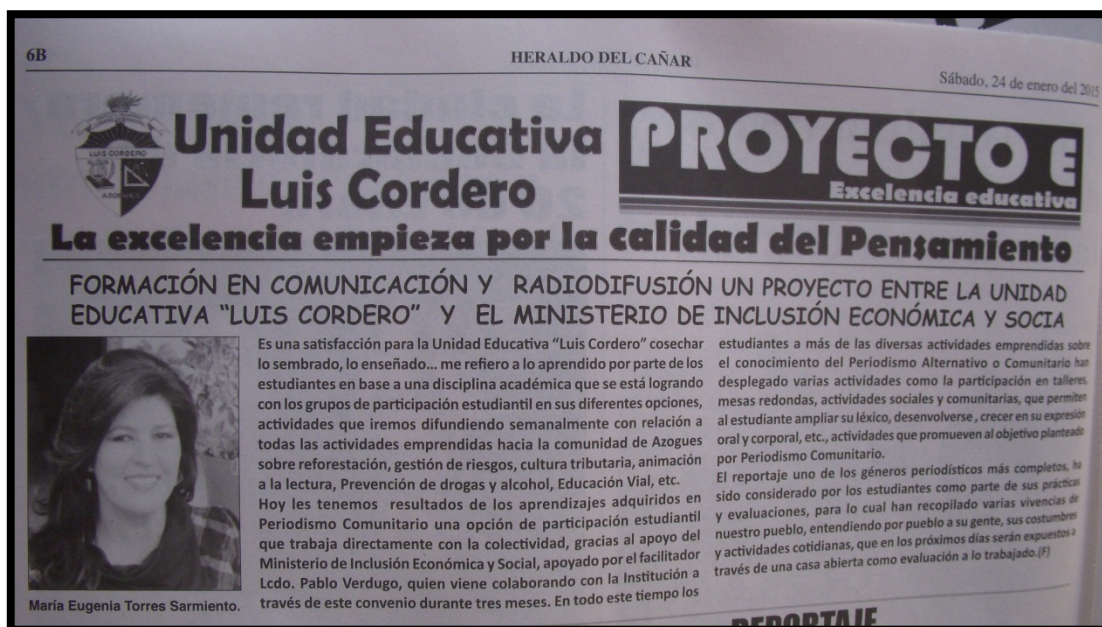
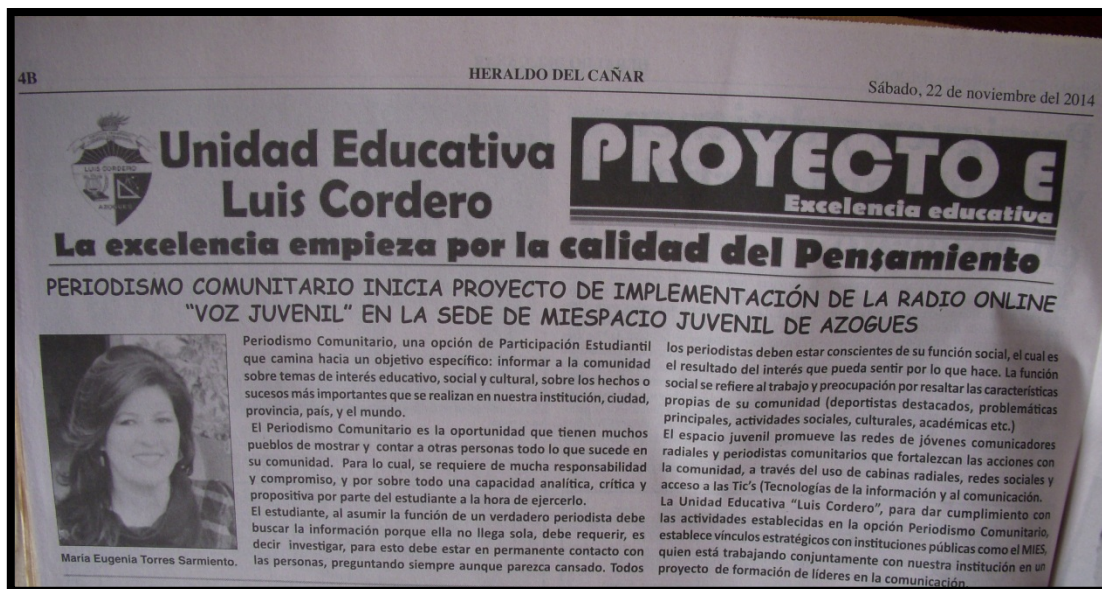
Nº	Nombres y apellidos de los estudiantes	Año de Bachillerato PRIMER O BGU	Asistencia	Asistencia	Asistencia
1	Andrade Josué	D			
2	Avendaño Rodríguez Michelle	A			
3	Calle Vélez Marcelo	C			
4	Ortiz Jorge	C			
5	Coronel Vanvorst Valerie	A			
6	Flores Wendy	D			
7	Gonzáles Doménica	D			
8	Loyola Altamirano Leslie	B			
9	Muñoz Sebastián	D			
10	Orellana Damone	E			
11	Ormaza Naula María Paz	B			
12	Ortega Vanessa	D			
13	Sucuzhañay Cayamcela Joselyn	E			
14	Urgilés Idrovo Fernando	C			

**Anexo 25: JOVENES VOLUNTARIOS DE MIESPACIO JUVENIL**

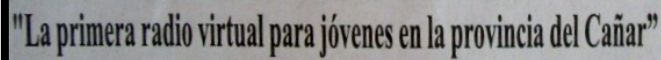
N o	Nombres y apellidos de los estudiantes	Asistencia	Asistencia	Asistencia	Asistencia
1	Arévalo Armando				
2	Cayamcela Katherine				
3	Santa Cruz Karla				
4	Peñafiel Virginia				
5	Ramírez Álvaro				
6	Tello Espinoza Estefanía				



Anexo 26: Recortes de periódicos sobre noticias de la radio online Voz Juvenil







4 (MOS)

www.espectadorazogue.com

El Espectador

Esos. Risas. Gritos. Grupos.
DIRECTOR

www.espectadorazogue.com

Dir. sector "B. Espectador"
Telfax: 2 241 2581 / 2 244 726
Telfax: 2 251 512
E-mail: espectadorazogue@gmail.com

Mantenerse sano

La mayor plaga de nuestros días es el estrés que produce el fatiga, el cansancio, los insomnios, la hipertensión arterial, el riesgo. Uno se enferma de que tiene ligeros cuando éste, por tanto, igual como cuando uno el fútbol, la diabetes y otras enfermedades que aparecen con el tiempo y por un cansancio.

Quiero que los estrés van cambiando. Hace años, cuando se sorprendía a un amigo sentado a la mesa y dispuesto a dar buena cuenta de platos de cualquier alimento, se le decía que tenía un cado. Hoy, el concepto de cuidarse es haciendo deporte y evitando todo tipo de comida dañina.

Ahora, por cuestiones hasta de estética hay que estar sano y delgado a cualquier precio. Todos sabemos que la dieta controlada que se exige es la que se queda en el plato.

Cuando sorprende a veces pena ver como ciertas personas por pura falta de tiempo (que no es cierto) han desaparecido en su salud. Gente que son no llega a los 40 o 50 años ya no puede caminar, porque les hace falta el mayor punto del cuerpo.

Hace algún tiempo se puso en práctica en nuestro medio varias disciplinas deportivas para que personas de todas las edades practicasen, pero nunca llegaron en el número deseado.

Si hemos a comidas sencillas, nos controla las personas que asisten. Si es ciclo preciso, son también pocas los deportistas. Se creó un programa de baloncesto, pero solo los primeros días llegaron al parque infantil, luego se fueron los jugadores, hasta que por falta de participantes, se prescindió del profesor y con ello este ejercicio desapareció. En hora de hacer ejercicios. (O)

"La primera radio virtual para jóvenes en la provincia del Cañar"

Desde el grupo de radio "Voz Juvenil Online", si tienes entre 14 y 22 años, por parte del equipo de locutores, animadores, modelos y reporteros. Las inscripciones se están recibiendo en "Perspectiva Arte y Diseño", ubicada en la calle Emilio Abad y Pedro Vicente Maldonado, esquina. Frente a la academia Ugarada, desde el lunes 16 al viernes 27 de marzo. El lanzamiento de la radio se realizará el martes 24 de marzo a las 9 de la mañana, y los copos son limitados. (I)

TALLER DE SOCIALIZACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS





PARTICIPACIÓN ESTUDIANTIL PERIODISMO COMUNITARIO



TALLER SOBRE LEY DE COMUNICACIÓN



Estudiantes del Primero y Segundo Año de Bachillerato del grupo Participación Estudiantil opción Periodismo Comunitario bajo la coordinación de la Lcda. María Eugenia Torres y el Lcdo. Pablo Verdugo facilitador del MIES, asistieron el día miércoles 14 de enero a las "JORNADAS DE SOCIALIZACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN", evento que se desarrolló en el Paraninfo "Marco Vicuña Domínguez de la Universidad Católica de Cuenca sede Azogues, por una invitación de la Superintendencia de la Información y Comunicación. En este acto de importancia en el convivir de los Comunicadores Sociales y de la comunidad en general se disertaron temas que han llevado a plantearse muchas inquietudes por parte de los jóvenes, a quienes SUPERCOM entregó ejemplares de la Ley Orgánica de Comunicación como un instrumento de aprendizaje e información, considerando que todos los ecuatorianos tienen que participar e incluirse en el derecho a la libre expresión responsable. (F)

as
es,
cios
los
por
s de
los a
valor

elabora
s cuales
nágenes
ad como
edral que
lentidad;
s trabajos
n proceso
n el caso
tículos de
del artista,
nseguir la
n este caso
s vehículos,



Unidad Educativa Luis Cordero

PROYECTO E
Excelencia educativa

La excelencia empieza por la calidad del Pensamiento

GESTORES DE UN CAMBIO

PERIODISMO COMUNITARIO EN VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD

Periodismo Comunitario una opción de Participación Estudiantil con una misión especial, ofrecer una posibilidad a los estudiantes a participar en la dinámica de su institución, debe ser considerada más allá de sus aspectos meramente organizativos y funcionales, ya que va a constituir para ellos un aprendizaje que puede condicionar, en gran parte, sus posteriores actitudes y conductas como ciudadanos y ciudadanas integrantes de una sociedad democrática. Por lo que la participación del alumnado debe ser, o debería ser, objeto de una atención especial. Por ello la educación secundaria, debe constituir un período formativo que abarque toda actividad (no sólo la académica)...un aspecto difícil de entender para muchos directivos...que desarrolle y facilite una actitud crítica, colocando un especial énfasis en promover la participación en alumnos y alumnas, generando una micropolítica escolar.

El Periodismo comunitario destaca en el reconocimiento a la realidad del entorno inmediato dentro del cual aparece un medio impreso de comunicación y que tiene por objetivo fundamental el tener su origen en la comunidad.

El término Periodismo Participativo define el acto de un ciudadano o un grupo de ciudadanos, con un rol activo en el proceso de regulación, análisis y difusión de noticias e información. De ahí que el objetivo del Periodismo Ciudadano es incitar a cambios... y se entiende por cambios el hecho de retomar contacto con la comunidad, descubriendo lo que los lectores quieren y abriendo espacios para charlas sobre temas del interés público.

El papel de la comunicación es un debate permanente y su vínculo con lo comunitario ha viajado como un péndulo entre los medios y la comunidad. Y precisamente es nuestra propuesta crear espacios de interrelación entre los jóvenes y las necesidades de una comunidad, mediadores de la difusión de actividades que se realicen en los diferentes campos de Participación Estudiantil y otras actividades que tengan que ver con este objetivo, trabajar por y para la comunidad. En esta perspectiva caminaremos con este grupo de jóvenes comprometidos con este cambio: "Hacer una sociedad libre en pensamiento y comprometida con actitudes positivas y transformadoras." (F)

Maria Eugenia Torres Sarmiento.

La vida de los pueblos transita conjuntamente con el pasar de los años del Ser Humano.

David Caltz y Adriana González, estudiantes de la opción Periodismo Comunitario en sus prácticas de locución.

El pasado jueves 27 de noviembre en las instalaciones del Hotel "Machuca" de la ciudad de Cuenca, se llevó a cabo el taller de Comunicación y Periodismo Social, con el tema: Regulación de la Comunicación Social en el marco de la Ley de la Comunicación Social de la República, organizado por la Unidad Educativa Luis Cordero, en colaboración con la Universidad de Cuenca y el Ministerio de Inclusión Económica y Social.

Estudiantes de periodismo comunitario participaron en taller de Comunicación y Periodismo Social.

Luis Cordero, bajo la dirección del Lic. Pablo Verdugo, facilitador de Maestría en Periodismo Social, y la Leda María Eugenia Torres, coordinadora de esta unidad de Participación Estudiantil.

El taller que duró una hora, fue impartido por Ana María Domínguez, docente de la Escuela de Comunicación de la Universidad de Cuenca, y el Abogado, representante de la Unión Nacional de Periodistas, Juan Antonio Zamora.

Estudiantes de Periodismo Comunitario con el escritor y novelista cahuano Elvicer Córdova.

Intendente de la Información y la Comunicación Zona 6 Azuero y por el periodista escritor y novelista cahuano, Elvicer Córdova.

Las temáticas que se abordaron fueron: "El rol que deben cumplir los facultados y orgános de Comunicación en el país", "Las aproximaciones de periodismo", "Responsabilidad Social de los medios de comunicación", "La comunicación como un servicio público" (F)

Unidad Educativa Luis Cordero

PROYECTO E
Excelencia educativa

La excelencia empieza por la calidad del Pensamiento

PERIODISMO COMUNITARIO PARTICIPA EN RENDICIÓN DE CUENTAS DEL MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL

formación, uno de ellos y el más importante "el estudiante" motivador de un cambio en todo proceso de enseñanza-aprendizaje; y como actores en los diversos proyectos que emprende el gobierno nacional, fue participe en la rendición de cuentas de las actividades emprendidas durante el año 2014 en el área de juventudes del Ministerio de Inclusión Económica y Social del Cañar, con quien la institución mantiene un convenio establecido de cooperación mutua.

Aporte que permitirá al área de Inclusión económica y social, proponer mejoras sobre aquellas debilidades encontradas en los proyectos, detectadas por jóvenes que han formado parte del área denominada "juventudes". Es la oportunidad para felicitar al Ministerio de Inclusión Económica y Social del Cañar por su visión hacia la protección y aseguramiento de los jóvenes, quienes forman parte de la una nueva propuesta de desarrollo y cambio.

Durante muchos años los gobiernos han reiterado que la instrucción es la principal fuente de riqueza de toda sociedad y que de ella depende tanto el bienestar individual como el colectivo, de modo que históricamente han depositado en la educación sus esperanzas de progreso y de desarrollo. De lo anterior se deduce entonces, que los grandes cambios sociales que se produjeron y se producen influyen en los sistemas educativos. Y, pues tenían y tiene la razón el gobierno nacional en poner énfasis en proyectos direccionados a formar jóvenes pro-positivos, que sean impulsores de un cambio de ideas, de actitudes, formados para una vida responsable, pero sujetos a cambios que no serán fáciles de asumirlos.

Tanto el protagonismo docente como la participación estudiantil y el apoyo de las instituciones públicas y privadas aportarán en esta formación de líderes. Las diferentes instituciones del estado han puesto sus ojos en los jóvenes debido a que actualmente vivimos ya un largo período de expansión y consolidación de la educación, configurada progresivamente, con nuevas formas de distribución de competencias, lo que a su vez, ha permitido un mayor grado de autonomía en la gestión de los centros educativos y la posibilidad de que los actores escolares participen en la toma de decisiones para su innovación y mejora. (F)

Maria Eugenia Torres Sarmiento.

Incommensurable es la participación de los actores educativos en los procesos de



PRIMERA FERIA INSTITUCIONAL DE PARTICIPACIÓN ESTUDIANTIL



Autoridades de la Institución e invitados a la Primera Feria Institucional de Participación Estudiantil: Sr. Henry Gutama ayudante de cátedra de la Universidad de Cuenca, Econ. Marcelo Mendieta funcionario del SRI, Lcdo. Severo Pinos funcionario de la zonal 6 de Educación del Cañar, Ing. Yovana Guncay Secretaria de Marketing de la SUPERCOM, Lcda. Nancy Vélez Coordinadora de la opción de Educación para la Sexualidad, Lcda. Magdalena Ortiz, Coordinadora Institucional de Participación Estudiantil, Lcda. Ma. Eugenia Torres Coordinadora de la opción Periodismo Comunitario, Dr. Paúl Castanier Rector (E), Lcdo. Rafael Rodríguez Vicerrector, Lcdo. Wilson GÁrate Director de la Escuela de Comunicación de la Universidad de Cuenca, Lcdo. Pablo Verdugo Facilitador del MIES.



Dr. Paúl Castanier, Rector (E) de la institución y Autoridades Provinciales y del Austro inauguran el evento

Henry Gutama ayudante de cátedra de la Universidad de Cuenca, Lcdo. Pablo Verdugo Facilitador del MIES, Lcdo. Wilson Gárate Director de la Escuela de Comunicación de la Universidad de Cuenca, Ing. Yovana Guncay, Secretaria de Marketing de SUPERCOM, y Lcda. Magdalena Ortiz Coordinadora Institucional de Participación Estudiantil en el evento de inauguración.





Pablo Verdugo Facilitador

Con la presencia de diferentes instituciones de la provincia y el austro, se inauguró la Primera Feria Institucional de Participación Estudiantil el día martes 24 de marzo en las instalaciones de la Unidad Educativa "Luis Cordero" a las 10h30. El evento contó con la participación de todos los estudiantes del plantel, invitados especiales y padres de familia que tuvieron la oportunidad de observar las actividades emprendidas durante la gestión escolar y que avalan su participación y aprendizaje durante este periodo. Los diferentes estantes de las opciones de Participación Estudiantil como: Animación a la Lectura, Educación en Cultura Tributaria, Educación en Gestión de Riesgos, Educación en Ciudadanía, Derechos Humanos y Buen Vivir, Educación para la Sexualidad, Educación Preventiva contra el uso indebido de alcohol, tabaco y otras drogas, Educación Ambiental y Reforestación, Educación en Orden y Seguridad Ciudadana, y Periodismo Comunitario, expusieron sus proyectos de forma innovadora, a la igual que los estantes que representaron a la Casa de la Cultura Benjamín Carrión "Núcleo del Cañar", la Superintendencia de Información y Comunicación, La Policía Nacional. Madgalena Ortiz, coordinadora institucional de Participación Estudiantil expresó su satisfacción por el trabajo emprendido por parte de los docentes y estudiantes de las diferentes opciones, e invitó al estudiantado a continuar con el entusiasmo puesto en cada uno de los proyectos. (F)



Dr. Paúl Castanier, Rector (E) de la institución y Autoridades Provinciales y del Austro inauguran el evento



Henry Gutama ayudante de cátedra de la Universidad de Cuenca, Lcdo. Pablo Verdugo Facilitador del MIES, Lcdo. Wilson Garate Director de la Escuela de Comunicación de la Universidad de Cuenca, Ing. Yovana Guncay, Secretaria de Marketing de SUPERCOM, y Lcda. Magdalena Ortiz Coordinadora Institucional de Participación Estudiantil en el evento de inauguración.

**Anexo 27: Modelo escaleta de para las capacitaciones en locución y producción radial.**

Fecha:	Hora:	Participantes:	Capacitador:
TALLER DE LOCUCIÓN Y PRODUCCIÓN RADIAL			
Objetivos del Taller:			
Contenidos:			
Metodología:			
Técnicas:			





Anexo 28: Parrilla de programación radio online Voz Juvenil

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
8:00	Café de la mañana					Palabra suelta	
9:00						Lo dices tú lo digo yo	
10:00						Enlace sabatino	
11:00	Tiempos de cambio						
12:00	Noticiero del medio día Ecos del Cañar	Dialogo deportivo (revista dominical)					
13:00	A puro deporte		Tiempos de cambio				
14:00	A mi lindo Ecuador					Camino migrante	A mi lindo Ecuador
15:00	Onda juvenil					Juventud en positivo	Senderos de libertad
16:00	Historias juveniles					Senderos de libertad	Música retro
17:00						A mi lindo Ecuador	
18:00	Música retro					Onda Juvenil	
19:00							
20:00							
24:00							
00:30/ 08:30	Música programada						





Anexo 29: Formato para elaboración de programas radiales

Nombre del programa	
Conducción	
Duración	
Género y Formato	
Horario de emisión	
Resumen	
Objetivo del programa	
Target	
Recursos humanos	
Recursos técnicos/tecnológicos	
Desarrollo del programa	
Observaciones	

Nombre del programa	Café de la mañana
Conducción	Virginia Peñafiel Álvaro Ramírez
Duración	3 horas
Género y Formato	Musical
Horario de emisión	De 8:00 a 11:00
Resumen	Programa de variedades
Frecuencia	Lunes a viernes
Target	15-29 años
Recursos humanos	2 presentadores y técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador, pista de música.





Desarrollo del programa	Presentación 1 min - Saludo 1 min - Introducción 3 min -Música 2:30 - Charla y dialogo 19 min -Publicidad 2 minutos después de cada hora de programa -Despedida 2 min
Observaciones	

Nombre del programa	“LO DICES TU O LO DIGO YO”
Duración	1 hora (55 minutos de programa y 5 de publicidad)
Género y Formato	Cultural , Social , Musical e Informativo en formato de charla y dialogo
Horario de emisión	Sábados de 8:00 a 9:00
Resumen	Temas y problemáticas de interés colectivo
Objetivo del programa	Sensibilizar y concienciar a la población sobre los derechos de la niñez y la adolescencia y las alternativas para la construcción de la ciudadanía.
Target	Dirigido a público joven y adulto
Recursos humanos	-3 Locutores -Técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador pista de música



Desarrollo del programa	-Presentación del tema 2 min -Saludo de bienvenida 1min -Exposición 5 min -Entrevista 15min -Charla y debate 24min -Conclusiones individuales 5min -Conclusiones y recomendaciones finales 3 min El programa será en vivo o grabado previo a su emisión y con reproducción en la cadena de radios de la provincia.
Observaciones	

Nombre del programa	Onda Juvenil
Conducción	Wendy Sanmartín Keyla Rodríguez y Liseth Velecela
Duración	3 horas
Género y Formato	Musical
Horario de emisión	De 8:00 a 11:00
Resumen	Programa musical
Frecuencia	De lunes a viernes-reprise los sábados y domingos
Target	14-25 años
Recursos humanos	3 presentadores y técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador, pista de música.
	Presentación 1 min - Saludo 2 min - Introducción 3 min -Música 1:30



Desarrollo del programa	- Charla y dialogo 8 min Llamadas 6 min -Publicidad 2 minutos después de cada media hora de programa -Despedida 2 min
Observaciones	

Nombre del programa	Tiempos de cambio
Conducción	Álvaro Ramírez Kathy Cayamcela
Duración	1 hora
Género y Formato	Noticioso y opinión
Horario de emisión	11:00
Resumen	Temas y problemáticas de interés colectivo.
Frecuencia	De lunes a viernes- reprise los sábados
Target	18-35 años
Recursos humanos	2 presentadores y técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador, pista de música.
Desarrollo del programa	Presentación 1 min - Saludo 2 min - Introducción 3 min -Lectura de noticias 25 - Charla y dialogo 8 min -Entrevista 10 -Publicidad 2 minutos después de cada media hora de programa -Conclusiones 5 -Despedida 2 min
Observaciones	



Nombre del programa	A puro deporte
Conducción	Jorge Ortiz y Josué Andrade
Duración	1 hora
Género y Formato	Deportivo y de opinión
Horario de emisión	13:00
Resumen	Todo sobre el mundo del deporte.
Frecuencia	De lunes a viernes- revista semanal los domingos.
Target	17-45 años
Recursos humanos	2 presentadores y técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador, pista de música.
Desarrollo del programa	Presentación 1 min - Saludo 2 min - Introducción 3 min -Lectura de noticias 25 - Charla y dialogo 18 min -Publicidad 2 minutos después de cada media hora de programa -Conclusiones 5 -Despedida 2 min
Observaciones	

Nombre del programa	A mi lindo Ecuador
Conducción	David Calle y Adriana González
Duración	1 hora





Género y Formato	Musical, social, cultural en formato de dialogo.
Horario de emisión	13:00
Resumen	Música del pentagrama ecuatoriano.
Frecuencia	De lunes a viernes- revista semanal los domingos.
Target	30 -55 años
Recursos humanos	2 presentadores y técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador, pista de música.
Desarrollo del programa	Presentación 1 min - Saludo 1 min -Música nacional 44 - Charla y dialogo 8 min -Publicidad 2 minutos después de cada media hora de programa -Despedida 2 min
Observaciones	

Nombre del programa	Noticiero Ecos del Cañar
Conducción	Álvaro Ramírez y Estefanía Tello
Duración	1 hora
Género y Formato	Noticioso y opinión
Horario de emisión	11:00
Resumen	Noticias locales, nacionales e internacionales de interés colectivo.
Frecuencia	De lunes a viernes
Target	18-55 años





Recursos humanos	2 presentadores y técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador, pista de música.
Desarrollo del programa	<p>Presentación 1 min</p> <p>- Saludo 2 min</p> <p>- Introducción 3 min</p> <p>-Lectura de noticias 20 min</p> <p>- Charla y dialogo 8 min</p> <p>-Entrevistas 15 min</p> <p>-Publicidad 2 minutos después de cada media hora de programa</p> <p>-Conclusiones 5</p> <p>-Despedida 2 min</p>
Observaciones	

Nombre del programa	Historias Juveniles
Conducción	<ul style="list-style-type: none"> • Joselyn Sucuzhañay • María Paz Coronel
Duración	1 hora
Género y Formato	Cultural, Social, Musical e Informativo.
Horario de emisión	17:00
Resumen	Testimonios y crónicas sobre juventud.
Frecuencia	De lunes a viernes
Target	18-30 años
Recursos humanos	2 presentadores y técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador, pista de música.
	<p>Presentación 1 min</p> <p>- Saludo 2 min</p>





Desarrollo del programa	<ul style="list-style-type: none"> - Introducción 3 min -Testimonios 20 min - Charla y dialogo 8 min -Entrevistas 15 min -Publicidad 2 minutos después de cada media hora de programa -Conclusiones 5 -Despedida 2 min
Observaciones	

Nombre del programa	Música retro
Conducción	Música programada
Duración	6 horas
Género y Formato	Musical
Horario de emisión	18:00 a 24:00
Resumen	Música del ayer.
Frecuencia	De lunes a viernes y domingos.
Target	28 -50años
Recursos humanos	técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador, pista de música.
Desarrollo del programa	<ul style="list-style-type: none"> Intro de Presentación 1 min -Música programada 5: 34 -Publicidad 2 minutos después de cada media hora de programa -Spot cierre del programa 1 min.



Observaciones	
---------------	--

Nombre del programa	“Palabra suelta ”
Conducción	<ul style="list-style-type: none"> • María Paz Ormaza • Diego Cajamarca • Leslie Loyola Altamirano
Duración	1 hora
Género y Formato	Cultural, Social, Educativo, Musical e Informativo. Charla, dialogo y debate.
Horario de emisión	Sábados de 8:00 a 9:00
Resumen	Temas y problemáticas de interés colectivo
Frecuencia	. Todos los sábados.
Target	18 -35 años
Recursos humanos	-3 Locutores -Técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador pista de música.
Desarrollo del programa	-Presentación del tema 2 min -Saludo de bienvenida 1min -Exposición 5 min -Entrevista 15min -Charla y debate 24min -Conclusiones individuales 6min -Conclusiones y recomendaciones finales 3 min -Publicidad 2 minutos cada media hora. .
Observaciones	



Nombre del programa	“Camino Migrante ”
Conducción	<ul style="list-style-type: none"> • David Calle • Estefanía Tello • Mayra Gualpa
Duración	1 hora
Género y Formato	Cultural, Social, Educativo, Musical e Informativo. Charla, dialogo y debate.
Horario de emisión	Sábados de 14:00 a 15:00
Resumen	Temas y problemáticas sobre migración y movilidad humana.
Frecuencia	. Todos los sábados.
Target	18 -55 años
Recursos humanos	-3 Locutores -Técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador pista de música.
Desarrollo del programa	-Presentación del tema 2 min -Saludo de bienvenida 1min -Exposición 5 min -Entrevista 15min -Charla y debate 24min -Conclusiones individuales 6min -Conclusiones y recomendaciones finales 3 min -Publicidad 2 minutos cada media hora.
Observaciones	



Nombre del programa	A mi lindo Ecuador
Conducción	<ul style="list-style-type: none"> • David Calle • Leslie Loyola Altamirano
Duración	1 hora
Género y Formato	Musical, social, cultural en formato de dialogo.
Horario de emisión	15:00 a 16:00
Resumen	Música folclórica e instrumental latinoamericana.
Frecuencia	Todos los sábados.
Target	30 -55 años
Recursos humanos	2 presentadores y técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador, pista de música.
Desarrollo del programa	Presentación 1 min - Saludo 1 min -Música nacional 42 - Charla y dialogo 10 min -Publicidad 2 minutos después de cada media hora de programa -Despedida 2 min
Observaciones	



Nombre del programa	“Juventud en Positivo”
Conducción	<ul style="list-style-type: none"> • María Paz Ormaza • Diego Cajamarca • María Paz Coronel.
Duración	1 hora
Género y Formato	Cultural, Social, Educativo, Musical e Informativo. Charla, dialogo y debate.
Horario de emisión	De 15:00 a 16:00
Resumen	Logros y alcances juveniles a nivel local y mundial.
Frecuencia	Todos los sábados.
Target	14 -35 años
Recursos humanos	-3 Locutores -Técnico de sonido
Recursos técnicos/tecnológicos	Micrófonos, pedestales, celular, ordenador pista de música.
Desarrollo del programa	-Presentación del tema 1 min -Saludo de bienvenida 2min -Exposición 6 min -Noticias positivas de la semana 15 -Entrevista 12min -Charla 15 -Conclusiones y recomendaciones finales 5 min -Publicidad 2 minutos cada media hora. .
Observaciones	

Anexo 30: Fabrica del Prado



(Fabrica del Prado)

Tomado de: San Félix Álvaro, “Radiodifusión en la mitad del mundo”, Editorial Nacional, Quito, Ecuador, 1991, pág. 14, Biblioteca FLACSO/ Entrevista tomada del libro “Radiodifusión en la mitad del mundo” a Manuel Mantilla Mata Juan Carlos Flores A.